

Handelsimmobilien Report

Cities & Center & Developments



Liebe Leser,

Parallelwelten – dieses Wort geht dem Betrachter durch den Kopf, wenn er sich die laufenden Diskussionen über das Thema „Stadtentwicklung“ anschaut. Auf der einen Seite die **Immobilienwirtschaft** und **Einzelhandel**, die sich den Kopf darüber zerbrechen, wie das richtige Shopping Center aussehen müsste, das keine übermäßigen Verwerfungen in der Innenstadt auslöst. Wie die Stadt mittels Einzelhandel, Gastronomie und Kultur so attraktiv gestaltet werden kann, dass sie möglichst viele Bürger anzieht, sodass in den Zentren wieder das Leben pulsiert – und vieles mehr. **Immer wieder suchen Immobilienwirtschaft und Einzelhandel auf den verschiedenen Veranstaltungen Berührungspunkte und gangbare Lösungen.**

Auf der anderen Seite die **Politik**, die sich auf europäischer Ebene höhere Ziele gesetzt hat, als sie sich mit der „**Leipzig Charta zur nachhaltigen europäischen Stadt**“ auf gemeinsame Grundsätze und Strategien für die Stadtentwicklungspolitik geeinigt hat. Dass die Politik dieses Thema viel stärker **aus der Vogelflughperspektive** betrachten muss und auch Themen auf die Agenda setzt wie die Suche nach Problemlösungen für soziale Brennpunkte, Umweltbelastungen in Ballungsgebieten oder die Revitalisierung osteuropäischer Städte, die unter den sozialistischen Fehlplanungen extrem gelitten haben, liegt in der Natur der Sache. **Die Stadt als Schmelztiegel ist weit mehr als die City mit attraktiven Einrichtungen fürs Erlebnis-Shopping.**

Doch ernüchternd ist die Erkenntnis, dass sich die Kreise der Veranstaltungen und ihrer Teilnehmer nicht aufeinander zu bewegen, ja sich nirgendwo berühren. Beim 2. Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungspolitik blieben Politiker und Stadtplaner unter sich. **Einen runden Tisch, an dem Politiker, Immobilienwirtschaft und Einzelhandel Platz nehmen, um über pragmatische und finanzierbare Lösungen zu diskutieren, gibt es nicht.** Umgekehrt fanden sich kaum Kommunalpolitiker im Auditorium, als während des Handelsimmobilien Kongresses über Probleme und praktische Lösungen diskutiert wurde. Dabei sind es die Kommunalpolitiker, die letztlich städtebauliche Entscheidungen mit großer Tragweite treffen müssen. Die aber offenbar kaum die Möglichkeit haben, die informativen Veranstaltungen der Wirtschaft zu bezahlen, wie ein Beigeordneter von Recklinghausen einmal monierte. Hier liegt ein wichtiger Ansatz der Stadtentwicklungspolitik, endlich Foren zu schaffen, auf denen sich die städtebaulichen Entscheidungsträger so sachkundig und vielfältig informieren können, dass sie auf der Grundlage eigener Meinung entscheiden können. **Wenn sich zwei wichtige Parteien – Wirtschaft einerseits und Politik andererseits – beim Thema Stadtentwicklung immer nur in Parallelwelten bewegen, dann sind die Aussichten begrenzt, gangbare Lösungen zu finden.**



Ruth Vierbuchen

Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Nr. 20 vom 25.04.2008

Kostenlos per E-Mail

ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Kreditkrise: Das Geschäft läuft langsamer, aber es läuft weiter rund	2
CBRE-Studie: Schwellenländer locken mit hohen Wachstumsraten	4
Stadtentwicklung: Wirtschaft und Politik ohne Blickkontakte	6
Handel als Mieter: Zwischen Highstreet und Extremkonzepten	8
Essen: Mieten haben sich erholt, aber noch besteht keine Normalität	11
Deutsche EuroShop: Wachstum 2008 und 2009 gesichert	12
Center Szene Wien: Innenentwicklung versus Dezentralisierung	13
Düsseldorf : Auch Metropolen fürchten neue Shopping Center	15
Arcandor: Middelhoff bleibt noch ein Jahr länger	16
Impressum	16

Viel Spaß beim Lesen wünschen

Werner Rohmert,
Herausgeber



und die Partner vom
Handelsimmobilien *Report*





Handelsimmobilien

Report Nr.20

VOM 25.04.08

Cities & Center & Developments

Seite 2 von 16

Das Geschäft läuft langsamer, aber es läuft weiter rund

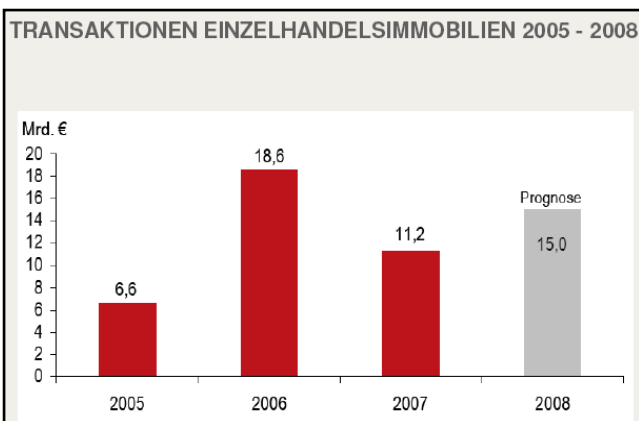
Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Dierk Ernst, stellvertretender Vorsitzender des **ZIA (Zentraler Immobilien Ausschuss)** sieht die Subprime-Krise vor allem philosophisch: „Wenn starker Wind weht“, so zitiert er während des **Deutschen Handelsimmobilienkongresses** in Berlin ein chinesisches Sprichwort, „bauen die einen Mauern, die andern Windmühlen.“ Oder anders ausgedrückt: Große Herausforderungen sind gleichzeitig auch große Chancen, die eine Branche wie die Immobilienwirtschaft für sich nutzen kann. So wurde auch der ZIA 2006 von namhaften Immobilienunternehmen als eigenständige Interessenvertretung der Branche mit Sitz in Berlin unter dem Dach des **BDI** gegründet. Als „German Property Federation“ soll er sich demnächst auch als Spitzenverband mit europäischer Vernetzung etablieren, **da wichtige Ziele nur im Verbund mit anderen wichtigen Marktakteuren erreicht werden können.**

Denn der deutsche Markt für Handelsimmobilien, darin sind sich die Experten einig, bleibt auch 2008 im Fokus der Investoren, weil harte Wirtschaftsdaten wie Auftragseingänge und Industrieproduktion laut Ernst gestiegen sind und auch weiterhin die Hoffnung besteht, dass die Einkommen der privaten Haushalte wachsen – hoffentlich stärker als die Preissteigerungen. **„Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern sind Immobilien in Deutschland nach wie vor günstig bewertet und auch die Mietpreisentwicklung verheißt noch deutliches Aufwärtspotenzial“**, fasst Ernst zusammen. Viele Immobilien hätten ihren Wert bisher nicht verloren und würden ihn auch nicht verlieren.

Doch das Marktumfeld wird belastet, etwa durch die geplante Reform der Erbschaftsteuer, die Immobilienerben und Immobilienunternehmen benachteiligt, **vor allem aber durch die Einführung der „Zinsschranke“ im Zuge der Unternehmenssteuerreform, mit der die Branche aus Ernst Sicht nicht leben kann:** Besonders betroffen seien fremdkapitalorientierte Immobilienunternehmen wie Bauträger und Projektentwickler. Hier stünden hohen fremdfinanzierten Vorlaufkosten lange Jahre keine entsprechenden Erträge gegenüber. „Keiner weiß so recht, wie dieses Problem zu lösen ist“, so Ernst nüchtern.

„Ganz wichtig ist das Vertrauen in den deutschen Markt“, ergänzt denn auch **Gisbert Beckers**, Geschäftsführer **Redos Real Estate GmbH** in Hamburg, **und die Zinsschranke sei ein solcher Bruch mit dem bestehenden System, dass sie große Wirkung auf die ausländischen Partner haben werde.** Die Hamburger Redos fungiert als strategischer Partner und Co-Investor von international tätigen Unternehmen wie **Apollo Real State Advisors**, **UBS**, **Henderson** und **Citibank**. Die Gruppe bietet alle Leistungen rund um die Einzelhandelsimmobilie wie gemeinsame Investments mit Partnern in Projektentwicklung und Restrukturierung, den Kauf von Unternehmen mit Immobilienbestand oder sie übernimmt das Asset Management.



Ein guter Gradmesser für die Marktveränderungen seit Beginn der Kreditkrise im vergangenen Sommer ist laut Beckers der Verkauf des **Karstadt-Portfolios**: Seit dem ersten Verkauf des Pakets 2006 an den **Whitehall Fund** habe sich der Wert verändert und das Konsortium von einem auf vier Teilnehmer vergrößert. Doch generell bleibt

Sonstiges

Jede Stufe kostet 10 Prozent Umsatz

„Stufen kosten Geld“, weiß **Bert Pfeffer**, Bereichsleiter Einzelhandelsimmobilien beim Essener Immobilienberatungsunternehmen **Brockhoff & Partner**. Denn Stufen im Eingangsbereich kosten nach Untersuchung von **Brockhoff & Partner** den Mieter etwa 10% des Umsatzes. „Entsprechend können Vermieter auch nur eine um 10% niedrigere Miete verlangen als bei Ladenlokalen in vergleichbaren Lagen ohne Treppenstufen.“ Insbesondere Eltern mit Kinderwagen und ältere Menschen meiden Ladenlokale mit Treppen im Eingangsbereich. Während in den stark frequentierten Innenstädten laut Pfeffer Stufen aus dem Eingangsbereich meist verschwunden sind, sind sie vor allem noch in den Fußgängerzonen der Mittelstädte und in Ostdeutschland zu finden. Hier liegt noch Wertsteigerungspotenzial für Immobilie und Umsatz. **Der in Deutschland oftmals sehr streng ausgelegte Denkmalschutz ist laut Pfeffer kein Hindernis.** „Selbst in Städten mit historischem Stadtkern wie Hameln oder Celle wurden vernünftige Lösungen gefunden, um sicherzustellen, dass die Verkaufsfläche barrierefrei betreten werden können.“

Deals

Köln/Bonn: Der Telekommunikationsanbieter **dug telecom ag** eröffnet 2 Shops in Top-Lagen. So in Köln mit ca. 95 qm in der Ehrenstraße 18-26 und in der Bonner Sternstraße 72 auf 80 qm. **Kemper's** hat das Unternehmen bei der Expansion beraten.



Handelsimmobilien

Report Nr.20

VOM 25.04.08

Cities & Center & Developments

Seite 3 von 16

auch Beckers für den deutschen Markt zuversichtlich: „Top-Einzelhandelsimmobilien erzielen immer noch Top-Preise.“ Nur in B-Lagen und bei heterogenen Portfolien sei ein Preisverfall zu befürchten.

Innerhalb Europas spricht für Deutschland laut Beckers, dass der hiesige Markt genauso wie **Großbritannien** über die kritische Größe verfügt und es hier – anders als im verschlossenen **Frankreich** – leichter ist, in die entsprechenden Netzwerke zu gelangen. Auch die rechtlichen Rahmenbedingungen seien hierzulande sicherer als beispielsweise in **Spanien** oder **Italien**. Von der **Mipim** hat Beckers die Einschätzung mitgebracht, **dass in Zukunft vor allem die Russen die Märkte bestimmen würden**. „Das sind die Investoren, mit denen wir künftig zu tun haben werden.“

Das Transaktionsvolumen bei Einzelhandelsimmobilien schätzt der Redos Manager - nach dem Rekordwert von 18,6 Mrd. Euro 2006 und 11,2 Mrd. Euro 2007 - in diesem Jahr auf etwa 15 Mrd. Euro (siehe JLL-Grafik). Vor allem, weil die Eigenkapital-Investoren zurückkommen, die ihre Chancen nutzen können. **Sie finden neue Portfolio-Transaktionen zu besseren Einstiegskonditionen**. Zumal nach den vielfältigen Unternehmens-Akquisitionen im Einzelhandel selbst ein Refinanzierungsbedarf bestehen dürfte, der aus Beckers Sicht durch den Verkauf von Immobilien gedeckt werden wird. Da der Marktmechanismus „Akquisition-Weiterverkauf-Refinanzierung“ nicht mehr funktioniert, **„wird die Arbeit mit der Immobilie zum Schlüssel der Wertsteigerung“**, ist Beckers überzeugt. Andererseits sieht er enormen Druck auf den teuer erworbenen Portfolios und die Notwendigkeit zur Neubewertung und Refinanzierung.

Deals

Wuppertal: Der Haushaltswarendiscounter **Kodi** hat ein Ladenlokal mit 720 qm auf 2 Ebenen an der Grünstraße 26 in Wuppertal-Elberfeld gemietet. Deutschlands größter Haushaltswaren-Discounter aus Oberhausen betreibt deutschlandweit 180 Filialen. Die Filiale in Wuppertal soll im Frühjahr eröffnet werden. **Comfort** Düsseldorf vermittelte.

Coburg: Das Geschäftshaus Spitalgasse 8 in bester Coburger Lage wurde von **Brockhoff & Partner**, Essen, verkauft und neu vermietet. Bei dem Käufer handelt es sich um einen bayerischen Privatinvestor.

Dass viele Immobilienpakete wieder auf den Markt kommen werden, glaubt auch **Christian Ulbrich**, CEO Germany der **Jones Lang LaSalle (JLL) GmbH** in Frankfurt, der gleichfalls den Trend „back to the fundamentals“ beobachtet und die Notwendigkeit, „ganz tief mit den Immobilien zu arbeiten“. **Dabei ist mit Blick auf das Thema Wert- und Mietsteigerungspotenzial der langfristige Mietvertrag aus seiner Sicht heute nicht unbedingt der beste Mietvertrag.** „Das Erkennen und Realisieren von Wertsteigerungspotenzialen während der Haltedauer wird für den Erfolg zum entscheidenden Kriterium“, schätzt Ulbrich. Revitalisierungszyklen würden bei sinkender Flächenproduktivität an Bedeutung und Tempo gewinnen. Da die Kreditvergabe zögerlicher und nur in eingeschränkter Form erfolgen wird und das Einpreisen von Risiken Entscheidungsprozesse und Transaktionen verlangsamt, werden laut **Ulbrich die Transaktionen 2008 tendenziell zögerlicher verlaufen, kleiner sein und die Preisgestaltung wird im Vordergrund stehen.**

Doch von Vorteil dürfte sein, dass sich im Verlaufe des Jahres 2008 bei den Preisen Klarheit einstellen wird und damit das angeschlagene Vertrauen wieder gestärkt werden dürfte. Mittelfristig, davon ist JLL-Manager Ulbrichs überzeugt, werde die Bedeutung gerade der Handelsimmobilien zunehmen. **Gerade hochwertige Handelsimmobilien in den Metropolen würden eine sehr gute Performance zeigen.** Jones Lang LaSalle hat diese Markteinschätzung durch die jüngsten Übernahmen von **Brune Consulting** und **Kemper's** deutlich unterstrichen.

Und wie sieht der Einzelhandel das Spiel der Investoren um Exit-Strategien, Revitalisierungszyklen, Wertsteigerungspotenzial und Mieterhöhungen? Große Sorge



*Individueller Branchenmix
belebt Fußgängerzonen*

bereitet der Branche das anhaltende Flächenwachstum, wie **Horst Lenk**, Vizepräsident des **HDE**, deutlich macht. Allein 2007 entstanden über 1 Mio. qm zusätzliche Handelsfläche, obwohl Deutschland mit einer Pro-Kopf-Verkaufsfläche von 1,43 qm bereits zur Spitzengruppe in Europa gehört. **Deshalb ist es aus Sicht des Handelsverbands wichtig, genau abzuwägen, ob wirklich jede Kleinstadt ein Shopping Center benötigt, ob die Balance zwischen Innenstadt und Peripherie gewahrt wird, dass der Fokus von der Flächenausweitung stärker auf die Bestandserhaltung gerichtet wird und dass in Innenstadtlagen ein gesunder Branchenmix geschaffen wird.** Dazu gehört neben attraktiven Handelsmarken auch der Facheinzelhändler. Um diese Mischung zu erhalten ist jedoch

eine kreative Mietgestaltung notwendig, denn nicht jeder Fachhändler kann die Mieten gehobener Mode-Labels zahlen. Hier liegt noch ein weites Aufgabengebiet.

CB Richard Ellis: Schwellenländer locken den globalisierten Handel mit hohen Wachstumsraten

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die Karawane der international operierenden Handelskonzerne zieht es weiter um den Globus. Neben den Ländern Osteuropas wie Russland oder der Ukraine, die der globalisierte Einzelhandel als wachstumsstarke Regionen auf seinem Radar hat, sind es aber auch die weiter entfernten Schwellenländer, in denen die Händler in den nächsten fünf Jahren das stärkste Wachstum erwarten. Das ist das Ergebnis des „**Global Emerging Markets Survey (GEM)**“, den das Immobilienberatungsunternehmen **CB Richard Ellis (CBRE)** auf dem „**World Retail Congress**“ in **Barcelona** vorgestellt hat. Nach der Studie steht auch bei den meisten deutschen Handelskonzernen die internationale Expansion weit oben auf der Agenda. Deshalb erwartet das Beratungsunternehmen,

C & A weitet seinen Marktanteil aus

Die europaweit aktive Mode-Kette **C & A** kehrt zu alter Größe zurück. Im Geschäftsjahr 2007/08 (31.3.) erzielte das Familienunternehmen im schwierigen Geschäft mit der Bekleidung ein Umsatzwachstum von **8,3% von 5,7 auf 6,1 Mrd. € und konnte damit seinen Marktanteil ausbauen.** Nach den Worten von **Andreas G. Seitz**, Sprecher des **C & A European Executive Board (EEB)** konnte damit die 6 Mrd. Euro-Hürde genommen werden – und das ein Jahr früher, als geplant. Deshalb gibt Seitz für die nächste Zukunft auch das Ziel vor: **„Wir werden unsere Position als einer der führenden Textileinzelhändler nicht nur behaupten, sondern kontinuierlich ausbauen.“** Allein in Deutschland, dem wichtigsten Markt, stieg der Umsatz um 4,4% auf 2,9 Mrd. € und der Marktanteil der 430 Filialen von 8,5 auf 8,8%. Mit der Tochter **A-vanti** versucht sich C & A zudem im wachstumsstarken Geschäft mit dem Textil-Discount (HIR Nr.17 v.14.3.2008). 2008 eröffnete C & A europaweit 125 neue Filialen, erstmals auch in der **Türkei, Slowenien** und der **Slowakei**. C & A hat damit 1 222 Filialen in 16 Ländern Europas. Für 2009 stehen noch **Italien** sowie **Rumänien** und **Kroatien** auf der Agenda. Schon Ende 2008 wird sich das C & A-Filialnetz auf 1 300 Standorte summieren. Ab Herbst zudem ist der Einstieg ins **E-Commerce-Geschäft** geplant. Dafür wurde im März die **C & A online GmbH** gegründet.



Handelsimmobilien

Report Nr.20

VOM 25.04.08

Cities & Center & Developments

Seite 5 von 16

dass die künftigen Marktpositionen der Unternehmen auch durch ihren Erfolg in den „Emerging Markets“ oder „Schwellen-Ländern“ bestimmt werden wird.

In der Befragung von 300 international operierenden Einzelhandelsunternehmen mit weltweit 25 000 Geschäften gaben 40% an, dass die Märkte der Schwellenländer die höchsten Wachstumsraten bieten würden. Nur 25% erzielten das stärkste Wachstum dagegen auf ihrem Heimatmarkt. **Dabei ist für die größte Gruppe (27% aller Befragten) Indien der interessanteste Markt.** Auf Rang zwei folgt mit 24% die **Ukraine**, wobei die Experten von CBRE festgestellt haben, dass das Land „**nicht nur vom eigenen ökonomischen Wachstum profitiert, sondern auch von der Nähe zu Russland**“. Der russische Markt folgt mit 22% der Nennungen auf Rang drei, vor **Malaysia** mit 19% der Nennungen auf Rang 4 und der **Türkei** mit 15% auf Platz 5.

Als Grund für dieses starke Interesse der Handelskonzerne an der Expansion in den Schwellenländern nennt **Karsten Burbach**, Head of Retail bei CBRE in Deutschland, vor allem die stark wachsende Mittelschicht in diesen Regionen: „Wir glauben, dass Indien seine Position als einer der attraktiven Expansionsmärkte im Einzelhandelsbereich halten wird, insbesondere durch die Aufhebung weiterer Handelsbeschränkungen in der Zukunft.“ Hinzu kommt, dass in den bevölkerungsreichen Schwellenländern mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung lebt. Und hier wächst das Interesse an anspruchsvollem Einzelhandel. „Mit steigendem Einkommen bleibt auch mehr Geld für den privaten Konsum übrig“, stellte etwa auch die Immobilienberatungsgesellschaft **DTZ Deutschland Holding GmbH** vor einiger Zeit in ihrem Bericht über den „Shopping-Center-Boom in Indien“ fest. Mit einem Wachstum von 8% jährlich habe

Deals

Bayern: **GPT Halverton** hat für den **German Retail Partnership** (GRP)-Fonds in Bayern 3 Immobilien für 10,48 Mio. € erworben. In dem Objekt in **Augsburg-Königsbrunn** mit 2 800 qm sind **dm** sowie das Modegeschäft **AWG** Hauptmieter. Im Objekt in **Dinkelsbühl**, rd. 90 km südwestlich von **Nürnberg**, fungiert **Penny** unter den 9 Mietern der 4 900 qm als Magnetmieter. Das Einzelhandelsobjekt in **Kemnath**, rd. 100 km nordöstlich von Nürnberg mit 1 500 qm ist vollständig an **Edeka** vermietet. Der GRP-Fonds richtet seinen Fokus auf hochrentierliche Handelsimmobilien an regionalen Standorten in Deutschland.



Handelsimmobilien

Report Nr.20

VOM 25.04.08

Cities & Center & Developments

Seite 6 von 16

Deals

Indien große Volkswirtschaften wie Großbritannien, Deutschland, Japan und die USA längst hinter sich gelassen. **DTZ schätzt den indischen Einzelhandelsumsatz auf 350 Mrd. \$.** Luxusmarken wie **Lacoste, Chanel, Versace, Escada** sowie **Louis Vuitton** seien beispielsweise in den wohlhabenden Vierteln Mumbais und New Dehli längst vertreten. Dabei ändert sich die Handelslandschaft vor allem in den Metropolen sehr schnell. **So stieg der Umsatzanteil, der in modernen Geschäften, nicht in den heimischen Läden, erzielt wurde laut DTZ in nur einem Jahr von 3 auf 5%. Allerdings: Neue Handelsformate sind nicht überall willkommen, weil sie die Existenz traditioneller Märkte und Familienbetriebe bedrohen.** Das gilt es zu beachten.

Es sind vor allem die Kriterien „**Verfügbarkeit**“ und „**Qualität**“ von Einzelhandelsimmobilien, die laut CBRE darüber bestimmen, ob sich ein internationaler Handelskonzern für den jeweiligen Auslandsmarkt entscheidet: „Bei 56% der Unternehmen basiert die Entscheidung über den Markteintritt in Schwellenländern auf der Verfügbarkeit von geeigneten Immobilien, bei entwickelten Volkswirtschaften gilt dies nur für 46 %.“ **Vier von fünf befragten Unternehmen gaben laut CBRE-Studie an, dass sie die Markteintrittsentscheidung komplett überdenken würden, sofern die geeigneten Flächen nicht verfügbar wären.**

Weitere wichtige Kriterien für den Markteintritt sind **die Verfügbarkeit potenzieller Franchise- und Joint-Venture-Partner auf dem lokalen Markt sowie die Qualität der verfügbaren Einzelhandelsmarktdaten.** Dass bisher bestehende Markteintrittsbarrieren wie mangelnde ökonomische Stabilität und die Beschränkung von Eigentumsrechten für Ausländer kontinuierlich abgebaut werden, macht die Expansion internationaler Handelsunternehmen aus Sicht von CBRE in Zukunft noch leichter.

Zielmärkte internationaler Handelskonzerne 2007		
Rang	Land	%
1	Indien	27
2	Ukraine	24
3	Russland	22
4	Malaysia	19
5	Türkei	15

Quelle: CBRE

Stadtentwicklung – Politik und Wirtschaft ohne Blickkontakt

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

„Der Einzelhandel ist nicht im Fokus der Politik“, hat es **Lovro Mandac**; Vorstandschef beim **Kaufhof** und Ausschussvorsitzender „**Stadt und Handel**“ beim **HDE** einmal auf den Punkt gebracht. Dabei dürften das drängende Problem **Leerstand**, mit dem selbst Einkaufsmetropolen wie **Köln** konfrontiert werden, oder der **Anlagedruck der Investoren, der in immer mehr Shopping-Center-Ansiedlungen im saturierten deutschen Markt mündet, ausreichend Gesprächsbedarf über gemeinsame Aktionen zwischen Politik, Immobilienwirtschaft und Einzelhandel bieten.** Ganze 10 Minuten hat sich Kölns Oberbürgermeister **Fritz Schramma** laut Mandac bisher in der Zentrale des Kaufhof-Konzerns aufgehalten, beim Wettbewerber **Rewe**, der gleichfalls seine Zentrale in der Domstadt hat, verweilte er auch nicht länger.

Die gelebte kommunale Realität steht damit ganz im Gegensatz zur Beteuerung, die **Karin Roth, Staatssekretärin beim Bundesbauministerium** in ihrem Grußwort zum **HDE-Handelsimmobilien-Kongress** in Berlin gegenüber Handel und Immobilienwirtschaft abgegeben hatte. „Wir haben Sie fest im Blick“, hatte sie versichert. Und auch, **dass die Investitionen in Handelsimmobilien für das Thema Nationale Stadtentwicklung, das vom Bundesbauministeriums forciert wird, von großer Bedeutung sind:** „Wir sind sehr daran interessiert, mit Ihnen in Dialog zu kommen, damit unsere Städte ein neues, interessantes Gesicht bekommen“, versicherte Roth. Auf Bundesebene mag das durchaus zutreffen, hier trifft man sich am Runden Tisch, **doch die entscheidenden Genehmigungen werden von den Kommunen erteilt.**

Welche Rolle eine attraktive Einzelhandelslandschaft aus Sicht der Bürger für eine

Siegburg: Die Grundstücksgemeinschaft **Mertens** hat das Wohn-, Büro- und Geschäftshaus Markt 12 in Bestlage der Siegburger Innenstadt an die **Cit-Cor Retail Properties GmbH & Co. KG**, ein Gemeinschaftsunternehmen der **Corpus Sireo** und der **Citigroup**, veräußert. **Kemper's** hat die Transaktion beratend begleitet. Das Objekt verfügt über ca. 1 070 qm Nutzfläche und ist an die Konditorei **Fassbender** mit Niederlassungen in Köln, Bonn und Siegburg vermietet.

Bochum: Die Unternehmensgruppe **Häusser Bau** hat in der Bochumer Innenstadt an der Ecke Kortum-/Huesstraße die früher von der Westfalen Bank genutzte Immobilie erworben. Nach der Neuentwicklung durch die Häusser Bau soll die Nutzungsfläche rd. 13 600 qm erreichen, davon knapp 3 400 qm Einzelhandelsfläche über 2 Etagen. Das Projektvolumen liegt bei 35 Mio. €, mit der Planung wurde das Architektenbüro **RKW Rode, Kellermann, Wawrowsky** beauftragt. Den Kaufvertrag für das Gebäude-Ensemble vermittelte **Brockhoff & Partner** aus Essen. Die 3 Baukörper sollen unter dem Namen „**Kortum Karré**“ als Büro- und Geschäftshaus vermarktet werden.

Bremerhaven: Die **GWB Immobilien AG** wird am Klinikum Bremerhaven Reinkenheide ein modernes Ärztehaus mit Reha-zentrum errichten. Geplante Investitionssumme: rd. 10 Mio. €. Mit dem Bau soll noch 2008 begonnen werden, die Fertigstellung ist für Herbst 2009 geplant.



Handelsimmobilien

Report Nr.20

VOM 25.04.08

Cities & Center & Developments

Seite 7 von 16

Deals

Stadt spielt, hatte der **Cima-Monitor 2007** offenbart. **Danach bestimmen in erster Linie gute Einkaufsmöglichkeiten über die Attraktivität einer Innenstadt.** Doch bei der Diskussion über die „Nationale Stadtentwicklung“, die im vergangenen Sommer durch die „**Leipzig Charta**“ **im Europa der 27 Mitgliedsländer** angestoßen wurde, spielen Einzelhandel und Immobilienwirtschaft nicht wirklich eine große Rolle. Das zeigte auch der „**2. Bundeskongress Nationale Stadtentwicklung**“ Ende vergangener Woche in München. Auch wenn der Staatssekretär im Bundesministerium für Bau und Stadtentwicklung, **Engelbert Lütke Daldrup** in seinem Vortrag „Der europäische Auftrag für die Nationale Stadtentwicklung“ mahnt: „**Wir müssen Bürger und Privatwirtschaft stärker einbeziehen**“, zeigten Referenten- und Teilnehmerliste, dass Politiker und Stadtplaner bei der Problemerkörterung weitgehend unter sich waren.

Und auf europäischer Ebene werden aktuell vordringlich andere Schwerpunkte gesehen. Hier spielt die Tatsache eine Rolle, dass der Zuzug der Bevölkerung in die großen Metropolen voranschreiten wird, mit all den Problemen wie soziale Brennpunkte, Übervölkerung und Umweltbelastungen. So weist auch **Prof. Hartmut Häußermann** vom **Institut für Sozialwissenschaft der Humboldt Universität Berlin** darauf hin, dass sich die Gesellschaft stärker polarisieren wird, in mehr Reiche und mehr Arme, wobei die Mitte verliert und dass Minderheiten in abgegrenzten Quartieren isoliert werden. Die Folge ist, dass auch die Nachkommen kaum eine Chance haben, aus dieser Schicht auszubrechen. So stehen Kommunen vor der Frage, wie sie diese Welten aufbrechen können, etwa durch Sozialarbeit oder durch Zuzug-Sperren und Umsiedelung von Familien in andere Quartiere um eine soziale Durchmischung zu erreichen.

Bochum: In zentraler Innenstadtlage von Bochum, der Fußgängerzone **Huestraße 13**, eröffnet Anfang Juni der Blusen- und Hemdenhersteller **ETERNA** eine ca. 100 qm große Filiale. Die Einzelhandelsabteilung von **Brockhoff & Partner** vermittelte.

Mannheim: Die kalifornische T-Shirt-Manufaktur **American Apparel** hat rd. 250 qm auf zwei Ebenen an den Planken in Mannheim gemietet. Das 1997 gegründete Unternehmen hat weltweit über 170 Shops, davon 14 in Deutschland. Der Mietvertrag wurde von **Comfort München** vermittelt.

Handelsimmobilien

Report Nr.20

VOM 25.04.08

Cities & Center & Developments

Seite 8 von 16

Sonstiges

Finanzkrise belastet IPO von Reits

Reits liegen mehr oder weniger auf Eis. Das gilt nicht nur für deutsche Reits, sondern auch für US-Reits, die 55% der weltweiten Reits-Kapitalisierung ausmachen. Das berichtete **Platow Immobilien** unter Berufung auf den **Reit-Day** in Frankfurt. Laut Platow Immobilien ist bei europäischen Reits ein Umdenken bei der Vermarktungsstrategie zu erkennen. Sei früher noch mit Schlagworten wie **Handelbarkeit** und **schnellem Geldmachen** geworben worden, rückten heute eher emotionale Gründe in den Vordergrund. So meint auch **Walter Klug**, Geschäftsführer von **Morgan Stanley** und Vorstand des **ZIA**, dass „der Wind von vorne kommt“. Dieser werde es den deutschen Reits in nächster Zeit unmöglich machen, auch nur an einen IPO zu denken. Auch **Klaus Elmendorff** von der **Deutschen Bank** sieht auf dem verunsicherten Markt aktuell keinen IPO. Doch spätestens in 3 Jahren wird sich zeigen, wie es läuft. Denn bis dahin müssen Reits ihren IPO vollzogen haben, um ihre Steuerersparnisse nicht zu verlieren.

Deals

Bochum: Die **HypoVereinsbank AG** (UniCredit Group) hat in der Huestraße 13 in Bochum rd. 528 qm Laden-/Büro- und Lagerfläche gemietet. Die Fläche wird von der HypoVereinsbank umgebaut. Den Mietvertrag vermittelte **Brockhoff & Partner**.

Am Beispiel Manchester zeigte **Nick Johnson**, stellv. Vorstandschef von **Urban Splash**, wie ein heruntergekommenes Wohnquartier stadtplanerisch neu gestaltet wurde, um durch die Verbesserung von Umgebung und Wohnungen die soziale Abwärts-spirale um zu kehren. **Hans Schneider**, Senior Advisor von **Build Desk Benelux BV** in Delft erläuterte am Beispiel der Stadt **Tillburg**, wie es gelingen kann, eine Stadt möglichst CO²-frei zu bekommen. Ein weiteres raumgreifendes Aufgabengebiet der europäischen Stadtentwicklung sind in den Städten Osteuropas die Beseitigung der Schäden der sozialistischen Planwirtschaften, die allein die Ansiedlung von Industrie und Wohnungen in den Fokus ihrer Stadtplanung gerückt hatten.

Elisabeth Merk, Stadtbaurätin von München berichtete über die Probleme, die in einer Großstadt mit der weiteren Verdichtung des Wohnraums verbunden sind und über das neue Stadtquartier, das die Bayernmetropole für 20 000 Menschen bauen will.

Doch das sind vielfach die Probleme der Großen und Reichen, der Metropolen wie **London, Paris** oder **München**. Damit der Zuzug in die Großstädte nicht Überhand nimmt, ist es notwendig, das Thema Nationale Stadtentwicklung so weit herunter zu brechen, dass auch die Klein- und Mittelstädte, **die mit vielen leer stehenden Einzelhandelsimmobilien, dem Trading-down im Produktangebot, dem Verlust wichtiger Arbeitgeber sowie der Überalterung und der Schrumpfung ihrer Bevölkerung** konfrontiert sind, adäquate Problemlösungen finden. Damit auch sie wieder wachsen und so die Flucht in die Großstädte unterbunden wird.

Hier liegt die Problemlösung auf kommunaler Ebene in Gesprächen mit der Privatwirtschaft. „Wir müssen als Händler auf die Kommunen zugehen“, mahnt Kaufhof-Chef Mandac, „um etwas für die Stadt zu tun“. **Die Initiativen des Bundesbauministeriums sind zweifellos sehr lobenswert, aber es wird in Zukunft darauf ankommen, in wie weit das Thema auf allen Ebenen - Ländern und Kommunen - gelebt wird, und ob die Politik bei der Diskussion die Privatwirtschaft wirklich mit einbezieht und sich die Gespräche nicht nur auf Runde Tische in Berlin beschränken.**

Einzelhandel als Mieter – Zwischen Highstreet, Shopping Center und Extremkonzepten

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Steigende Nettoanfangsrenditen, hohes Wertsteigerungspotenzial in Bestandsimmobilien, hohe Leverage-Effekte – das sind Stichworte, die die Herzen der Investoren höher schlagen lassen. **Aber was bewegt den Einzelhändler, wenn er eine Verkaufsfläche für sein Geschäft sucht – außer möglichst niedrigen Mieten? Drei Beispiele zeigen, dass die Ansprüche sehr unterschiedlich sind, und dass es ganz wagemutige Einzelhändler gibt, die auch bereit sind, als Projektentwickler ins Geschäft einzusteigen, um ihre ganz eigene Standortqualität zu kreieren.**

Die 1984 im texanischen Dallas gegründete **Fossil Inc.** hat ehrgeizige Ziele. Sie will weltweit jährlich 30 bis 40 neue Geschäfte eröffnen und das Filialnetz von 236 auf 700 Standorte im Jahr 2012 ausweiten. Die richtige Fläche zu finden ist laut **Wolfgang Thoren**, Vice President Retail Emea Fossil GmbH in Basel, dabei bekanntlich eine echte Herausforderung. **Idealer Flächenzuschnitt: 80 bis 120 qm mit breiter Store-Front oder Ecklage.** Aber Fossil schaut sich auch Geschäfte mit 50 bis 200 qm an. Denn Flexibilität ist eine wichtige Eigenschaft für einen Einzelhändler, **der wie Fossil bei seiner Expansion auf Standorte in der Highstreet**





Handelsimmobilien

Report Nr.20

VOM 25.04.08

Cities & Center & Developments

Seite 9 von 16

- **sprich: Top-Einkaufsstraße – mit Triple A-Qualität setzt.** „Wir leben von der Frequenz“, erläutert Thoeren, warum Fossil die Innenstadt-Lagen der Top-Einkaufsmetropolen dem Shopping Center vorzieht, obwohl die Center die flexibleren Ladenformate bieten. Auch Flughäfen und Bahnhöfe sind begehrte Standorte.

Fossil ist ein global aufgestelltes Marketing-, Design- und Großhandelsunternehmen, das auf Uhren und Accessoires wie Taschen, Sonnenbrillen und Modeschmuck spezialisiert ist. Das US-Unternehmen macht etwa 85% seines Umsatzes (1,4 Mrd. Euro) noch mit Großhandel. Den Rest erzielt es mit dem wachsenden Retail-Segment, den **Fossil Accessoires Stores**, den **Fossil-Uhrenläden** mit breitem Markenangebot, den **Outlet-Stores** sowie den **Jeans-Läden**, die es aber nur in den USA betreibt.

Wie sehr sich ein Einzelhändler mit Schwerpunkt Innenstadt den nationalen und lokalen Gegebenheiten anpassen muss, zeigt die Europa-Strategie des Retailers. In Deutschland ist die Markenbekanntheit groß und Fossil bei Maklern und Center-Betreibern bereits gut im Gespräch. „Das spürt man bei der Standortsuche“, stellt Thoeren fest. „Das macht die Suche leichter.“ Doch in **Spanien** ist die Marke weniger bekannt. Hier geht auch Fossil über Einkaufszentren, die beim Einzelhandel dann bevorzugt werden, wenn er einen neuen Markt erschließen will. In britischen Shopping Center sind die Preise dagegen „jenseits von Gut und Böse“, wie Thoeren beklagt.

In Traditionsstädten wie **Rom** oder **Salzburg** mit ihren alten Gebäuden gilt es sich bei der Ladengestaltung an niedrige Deckenhöhen und verwinkelte Räume anzupassen und dennoch ein angenehmes Einkaufsambiente zu schaffen, da eine lange Verweildauer

Deals

Lübeck: Der Modefilialist **Esprit** hat eine 1 200 qm große Verkaufsfläche in einem Neubau an der Breite Straße 36-42 in Lübeck gemietet. Das architektonisch anspruchsvolle neue Geschäftshaus, das von dem Düsseldorfer Projektentwickler **Centrum** erbaut wird, entsteht auf dem Gelände einer früheren Bank. Die Fertigstellung ist für Frühjahr 2009 geplant. Für die ungewöhnliche Fassadengestaltung zeichnen die Berliner Architekten **Grüntuch Ernst** verantwortlich. Neben Esprit hat das Modeunternehmen **s.Oliver** rd. 960 qm gemietet. **Comfort Hamburg** vermittelte den Mietvertrag.

Sonstiges

Zwei ICSC-Awards für die ECE

Der „International Council of Shopping Centers“ (ICSC) hat auf seiner European Conference in Amsterdam die **Galeria Krakowska** mit dem „European Shopping Center Award 2008“ ausgezeichnet. Das Shopping Center, das von der **ECE Projektmanagement** entwickelt und realisiert wurde, erhielt den Preis in der Kategorie „**New Developments: Large**“. Insgesamt wurden 5 Einkaufszentren ausgezeichnet. Ein weiterer Erfolg für die ECE ist die Auszeichnung des **Alstertal Einkaufszentrums** in Hamburg in der Kategorie „**Extensions and Refurbishment**“. Der ICSC-Award habe für die Entwickler von Shopping Centern den gleichen Stellenwert wie der „Oscar“ für die Filmindustrie, so die ECE.

Deals

Bad Canstatt: Das im Erdgeschoss an **Apollo Optik** vermietete Geschäftshaus Marktstraße 53 in der Fußgängerzone von Bad Canstatt wurde an einen Privatinvestor aus NRW verkauft. **Brockhoff & Partner**, Essen, vermittelte den Kaufvertrag über das ca. 190 qm große Grundstück mit ca. 800 qm Gebäudenutzflächen.

Germersheim: GPT Halverson hat in Germersheim für rd. 6,9 Mio. € eine Handelsimmobilie mit 5 100 qm Vkf für den **GRP-Fonds** erworben. Mieter sind die Mode-Discounter **Takko** und **Charles Vögele**, der Schuhhändler **Deichmann** sowie der Drogeriemarkt **dm** und das Möbelgeschäft **Dänisches Bettenlager**.

der Kunden auch höhere Umsätze bedeuten. Insgesamt rechnet sich Fossil Chancen in weiten Teilen Europas, in Middle East und über Franchising in Afrika aus. **Ein wachsendes Ärgernis für den Einzelhandel ist jedoch das „Key Money“, das laut Thoreen inzwischen überall in Europa gefordert wird.**

Die frequentierte Top-Lage ist für die gehobene Schuhmarke **Lloyd Shoes** bei der Standortwahl dagegen kein „Muss“. **Wenn die Nachbarschaft – sprich: ein exklusives Markenumfeld – stimmt, dann verliert der Schuhhersteller aus Sulingen bei Bremen (Konzernumsatz: 95,3 Mio. Euro) auch die Berührungängste mit der 2a-Lage.** Er sucht vor allem die unmittelbare Nähe zu Schuhmarken seines Genres wie etwa Gabor oder zu Komplementäranbietern im Premium-Bereich Textil, wie **Andreas Schaller**, Geschäftsführer von **Lloyd Shoes GmbH & Co KG** erläutert. Eine hohe Frequenz durch die falschen Wettbewerber hilft da wenig weiter. „Wir brauchen Standorte, die wir als Marketing-Standorte definiert haben, um unsere Marke möglichst positiv zu kommunizieren“, umreißt Schaller die Strategie unter dem Motto: „Die Immobilie als Hülle für die Markenbotschaft“. Wichtig ist daher der „durchgängige Geschäftsbesatz“ in 1a/1b-Lagen der Stadtzentren mit gehobenem Markenumfeld. Dass sich in vielen absoluten Top-Lagen der Innenstädte das Sortiment – bezogen auf das Genre – stark vermischt, schätzt das Traditionsunternehmen, das die Marke Lloyd seit 1926 führt, deshalb ganz und gar nicht.

Auch an die zwischen 60 bis 120 qm großen ebenerdigen Geschäftsräume stellt Lloyd klare Ansprüche. So benötigt der Schuhanbieter zusätzlich 30 bis 50 qm große Nebenräume und auch bei der Deckenhöhe von 3 Metern geht der Schuhanbieter keine Kompromisse ein. Solche idealtypischen Geschäftsräume bieten am ehesten die Shopping Center, die Schaller auch deshalb schätzt, weil sie nachts geschlossen sind und das Thema Sauberkeit – im Gegensatz zu vielen Innenstädten – hier keine Rolle spielt. 2008 sind im In- und Ausland jeweils 3 neue Lloyd Concept Stores geplant.

So abenteuerlustig und unkonventionell wie seine Kunden, die Alternativ- und Extrem-Urlauber, präsentiert sich auch die 1979 gegründete Hamburger **Globetrotter Ausrüstung Denart & Lechhart GmbH** bei ihrer Expansionsstrategie. „Von der Altimmobilie zur Erlebniswelt für Outdoor“ heißt hier das Motto. Zuletzt hatte sich Norddeutschlands erstes Spezialgeschäft für Expeditionen, Safaris, Survival und Trekking an den Kölner **Olivandenhof** (Foto) gewagt, ein 1987 erbautes Shopping Center, bei dem man beinahe 20 Jahre lang vergeblich versucht hatte, doch noch auf einen grünen Zweig zu kommen. Nach grundlegendem Umbau in 8 Monaten präsentiert Globetrotter hier seit März 2006 auf 7 000 qm echtes „Erlebnishopping“ mit einem großen Wassersportbecken für Boote und Taucher im Zentrum des Kaufhauses, einem großen Tauchladen mit Tauchmöglichkeit, einer Erlebnistreppe, einer Kältekammer, einem Klettertunnel, einem Quallen-Aquarium sowie einer Reiseklinik.



„Eine solch umfangreiche Mitgestaltung der Geschäftsfläche geht natürlich nur“, so erläutert Geschäftsführer **Thomas Lipke**, „wenn man relativ früh in den Bau mit eingreift. Nur dann kann man Einfluss auf die Gestaltung der Fläche nehmen.“ Das damit verbundene höhere Risiko scheuen die Hamburger nicht. „Wir fungieren auch als Projektentwickler, wenn uns das Gebäude gefällt“, so Lipke über das weitreichende Engagement der Einzelhandelskette. In Frankfurt wurde eine alte Reithalle zum beeindruckenden Globetrotter-Kaufhaus umgebaut, in Hamburg stockte das Unternehmen bei laufendem Geschäftsbetrieb sein bestehendes Kaufhaus um zwei Stockwerke auf. Die Nistkästen für Fledermäuse an der Außenfassade brachten der Filiale die Auszeichnung „Vogelfreundlichstes Haus Hamburgs“ ein. „Ich würde mir

Distanz von Eigentümer und Immobilie nimmt zu

Dass die Eigentümer von Immobilien meist nicht mehr in der Stadt wohnen und sich mit dem Objekt und ihrer Stadt nicht identifizieren, weil sie die Objekte geerbt haben und die Einnahmen ihre Existenzgrundlage bilden, hat vielfältige Auswirkungen für die Städte. Die Mieteinnahmen sollten sicher fließen, aber ein Gefühl für die Stadt und ihre Entwicklung sei immer seltener vorhanden, hat **Eckhard Brockhoff, Geschäftsführender Gesellschafter** des Essener Immobilien-Beratungsunternehmens **Brockhoff & Partner** beobachtet. Die Immobilie werde so immer mehr zu einer abstrakten Kapitalanlage, die als Solitär wahrgenommen wird und kaum mehr als Teil einer Stadt. Das hat laut Brockhoff die Konsequenz, **dass als Mieter oft Filialisten bevorzugt würden**, die den Fluss der Mieteinnahmen für die Dauer des Vertrages garantieren könnten. **Lokale Einzelhändler hätten oft das Nachsehen, auch wenn diese inhabergeführten Geschäfte für die langfristige Attraktivität der Innenstadt und der Immobilie wichtig seien.** „Die nicht nur räumliche, sondern auch emotionale Distanz kann ein Grund sein, sich für die langfristige Entwicklung des Gebäudes und seines Umfeldes nicht in dem Maße zu interessieren, wie es eigentlich für einen Werterhalt oder eine Wertsteigerung nötig wäre“, befürchtet Brockhoff. Diese Distanz der Eigentümer zur Immobilie ist besonders dann hinderlich, wenn es um die Verbesserung von Stadtteilen z.B. durch BIDs geht.

von Handel und Immobilienwirtschaft wünschen, dass sie auch einmal mutige Konzepte verwirklichen“, fasst Prof. Holger Moth von Prof. Moths Architekten in Hamburg zusammen. Vielleicht wäre das auch ein Ansatz für Handelsunternehmen und Immobilien, die in die Jahre gekommen sind.

In Essen haben sich die Mieten wieder leicht erholt – Doch von Normalität kann noch keine Rede sein

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Im Essener Hauptbahnhof ist sprichwörtlich der Zug abgefahren. Jedenfalls wenn man den Verkehrsknotenpunkt mit Blick auf seine wichtige Funktion als Einzelhandelsstandort für die Ruhrstadt betrachtet. Denn während viele Bahnhöfe in Deutschland im vergangenen Jahrzehnt die verlängerten Ladenöffnungszeiten für Bahnhöfe, Schiffs- und Flughäfen genutzt haben, reichlich Einzelhandel zur Deckung des Reisebedarfs anzusiedeln, hat die **Deutsche Bahn** in Essen aus Sicht von **Helge T. Strobel**, Geschäftsführer des bundesweit aktiven Maklerunternehmens **Comfort Düsseldorf GmbH**, im hinteren Teil der wichtigen Einkaufsmeile **Kettwiger Straße**, den Zeitpunkt verpasst, ihren Bahnhof als Einzelhandelsstandort auszubauen, als eine kräftige Verschiebung innerhalb der Innenstadt zu Gunsten des nördlichen Teils der Kettwiger Straße noch möglich gewesen wäre. Traditionelle Einkaufslagen der Stadt sind die Kettwiger Straße und die Limbecker Straße. Die zuletzt getroffene Entscheidung, den Bahnhof zu modernisieren und Einzelhandel für Reisebedarf anzusiedeln, ist aus Strobel's Sicht eher inkonsequent. **Damit habe die Bahn in der Essener Innenstadt zwar ein Filetstück, doch sei sein Wert durch das zögerliche Verhalten der Verantwortlichen heute erheblich gemindert.**

Denn inzwischen haben sich die Gewichte deutlich in Richtung untere Limbecker Straße verschoben, wo der Essener Warenhauskonzern Karstadt und die Hamburger ECE mit dem Shopping Center am Limbecker Platz (Foto) und dem neuen



Karstadt-Kaufhaus auf 70 000 qm eine moderne Einkaufswelt mit zugkräftigen Marken entstehen lassen. Der erste Bauabschnitt wurde im März eröffnet. „Dass sich hierdurch Passantenfrequenzen weg vom nördlichen Teil der Kettwiger Straße hin zum Limbecker Platz verschieben werden, ist keine allzu gewagte Prognose“, stellt Comfort-Geschäftsführer **Jürgen Kreuz** fest. Marktbeobachter erwarten, dass die Lim-

becker Straße gewinnen wird, obwohl sie ein beachtliches Gefälle aufweist und bisher etwas schlechter bewertet wurde als die Kettwiger Straße, die über eine hohe Flanier- und Aufenthaltsqualität verfügt.

Diese Atmosphäre wird auch dazu beitragen, dass die Kettwiger Straße als Einkaufsmeile laut Kreuz für die dort angesiedelten großen Handelsketten wie **Peek & Cloppenburg**, **C & A**, **Anson's** und **Baedeker** kein Auslaufmodell wird. Zumal C & A, P & C sowie **Appelrath-Cüpper** kräftig in ihre Häuser investiert haben, um sich schon mal gegen die neue Konkurrenz zu wappnen. Auch das **City Center** am Porsche Platz, das inzwischen **Rathaus Galerie** heißt, wird revitalisiert und umgebaut. Die Restrukturierung soll 2009, zeitgleich mit der Eröffnung des zweiten Bauabschnittes des Centers am Limbecker Platz abgeschlossen werden. **Der hintere Bereich der Kettwiger Straße in Richtung Hauptbahnhof dürfte aus Sicht des Düsseldorfer Maklerunternehmens allerdings an Zugkraft verlieren.** Insbesondere ab der Querstraße Erste Dellbrücke mit dem alten Lichtburg-Kino müsse kurzfristig mit sinkenden oder stagnierenden Mieten gerechnet werden. Umsiedlungen aus diesem Bereich, wie z.B. von Pohland, gelten als recht wahrscheinlich.

In der Mietpreisentwicklung der Essener City spiegeln sich nach Beobachtungen



Handelsimmobilien

Report Nr.20

VOM 25.04.08

Cities & Center & Developments

Seite 12 von 16

Stadt News

„Lebendige Stadt“: Neue Mitglieder im Stiftungsrat

Kuratorium und Stiftungsrat der Stiftung „**Lebendige Stadt**“ haben bei ihrer Tagung in München folgende Personen neu in den Stiftungsrat berufen: **Hartmut Bartels**, Geschäftsführer der Stage Entertainment GmbH, **Joachim Hermann**, Bayrischer Staatsminister des Inneren, **Ingeborg Junge-Reyer**, Bürgermeisterin/Senatorin für Stadtentwicklung, Berlin, **Hermann-Josef Lamberti**, Vorstand der Deutsche Bank AG, **Ingrid Mössinger**, Generaldirektorin der Kunstsammlungen Chemnitz, **Peter Rieck**, Mitglied des Vorstandes der HSH Nordbank AG, **Hildegard Müller**, Staatsministerin bei der Bundeskanzlerin und Mitglied des Deutschen Bundestages, **Gerhard Fuchs**, bis Ende März Staatsrat für Stadtentwicklung in Hamburg, ergänzt den Vorstand der Stiftung. Zudem verleiht die Stiftung auch 2008 wieder ihren Preis. Thema: „Europas bester Wochenmarkt“. Bewerbungsschluss ist der 31. Juli 2008 (www.lebendige-stadt.de).

von Comfort die Ereignisse der vergangenen Jahre deutlich wider. Zwar sind die Mieten wieder um rund 25% auf etwa 110 Euro je qm für ein kleineres, standardisiertes, idealtypisches Ladenlokal mit 80 bis 120 qm reiner EG-Verkaufsfläche und mindestens 6 m Schaufensterfront gestiegen, nachdem die Verhältnisse mit der Genehmigung und dem Bau des schwergewichtigen innerstädtischen Shopping Centers geklärt waren. „Die absolute Miethöhe jedoch“, so Helge T. Strobel, „liegt im Vergleich zu Metropolen ähnlicher Größenordnung nach wie vor auf einem niedrigen Niveau“. **Zum Vergleich: In Dortmund werden für vergleichbare Flächen laut Comfort rund 200 Euro gezahlt.**

Dass das schwergewichtige Shopping Center am Limbecker Platz einen Effekt auf das nahegelegene **CentrO in Oberhausen** haben wird, „wie seinerzeit umgekehrt das CentrO auf die Essener Innenstadt“, hält Kreutz für eher unwahrscheinlich. Er erwartet aber Auswirkungen auf das nur einige Kilometer entfernte **Rhein-Ruhr-Zentrum**. Und die Fußgängerzone im nahen Mülheim/Ruhr? **Die Lage in der gebeutelten Einkaufmeile der Ruhrstadt werde sich nicht weiter verschlechtern, glaubt Kreutz, da eine Verschlechterung hier kaum noch möglich sei. Die Mieten an der Schloßstraße sind laut Comfort inzwischen auf 30 Euro gesunken.** „Ein weiteres Absacken ist für eine Fußgängerzone in einer Stadt mit rund 170 000 Einwohnern schlicht unrealistisch“, so Kreutz nüchtern.

In Essen selbst ist aus Sicht der Experten durch die Konkurrenzfläche des ECE-Centers auch für die bevorzugten Teile der Kettwiger und Limbecker Straße bei den Mieten eine kurzfristige Stagnation oder sogar ein Absinken zunächst nicht auszuschließen. Auf Dauer jedoch profitiere der Einkaufsstandort Essen innerhalb einer scharfen Konkurrenzsituation in der Region unzweifelhaft von der größeren Zentralität, die sich aus der Centerentwicklung und der Schaffung der zusätzlichen Einzelhandelsflächen ergebe. „Damit“, so Kreutz und Strobel, „ist jedoch für die Städte **Duisburg, Oberhausen, Mülheim und Essen, was die Menge an Einzelhandelsflächen betrifft, eine Obergrenze erreicht. Eine weitere Vermehrung der Flächen würde eine reine Lageverschiebung und Kannibalisierung zur Folge haben.**“

Bei der DES AG ist das Wachstum für 2008 und 2009 gesichert

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die Bilanzvorlage der **Deutsche EuroShop AG (DES)** in Hamburg brachte keine Überraschungen. **Der Shopping-Center-Investor hat das Jahr der Subprime-Krise 2007 gemäß den Erwartungen und Voraussagen gut überstanden.** Die Prognosen des Vorstands bei Umsatz und Ertrag konnten übertroffen werden. Vorstandssprecher **Claus-Matthias Böge**



(Foto) sieht dadurch die „hohe Qualität und Ertragsstärke des Portfolios“ bestätigt. So lagen die Erlöse im vergangenen Jahr mit 95,8 Mio. Euro um 3,1% über dem Vorjahresergebnis (92,9 Mio. Euro). In seiner Prognose hatte sich Böge bereits auf einen Korridor von 92-94 Mio. Euro festgelegt. Das Vorsteuerergebnis (EBIT) lag bei 77,2 Mio. Euro (Prognose: 71-73 Mio. Euro) und das operative Ergebnis vor Steuern (EBT) und ohne Bewertungsergebnis bei 37,7 Mio. Euro. Prognostiziert waren 30-33 Mio. Euro. Das Bewertungsergebnis ging um 21,5 Mio. auf 50,8 Mio. Euro (72,3 Mio. Euro) zurück. Der Gewinn je Aktie sank von 2,92 auf 2,74 Euro.

Wie das Hamburger Unternehmen weiter mitteilt, weist das Immobilienportfolio auf Grundlage „der unabhängigen externen Gutachten“ **eine Nettoanfangsrendite von 5,4% auf.** Das bedeutet gegenüber Vorjahr (5,39%) eine ganz leichte Steigerung. Wird die im Herbst 2007 eröffnete **Galeria Baltycka** in Danzig in die Betrachtung mit einbezogen, erhöht sich die Nettoanfangsrendite laut DES-Vorstand leicht auf 5,49%. Die Aktionäre erhalten die gleiche Dividende wie im Vorjahr: 1,05 Euro je Aktie. Die

Wie das Hamburger Unternehmen weiter mitteilt, weist das Immobilienportfolio auf Grundlage „der unabhängigen externen Gutachten“ **eine Nettoanfangsrendite von 5,4% auf.** Das bedeutet gegenüber Vorjahr (5,39%) eine ganz leichte Steigerung. Wird die im Herbst 2007 eröffnete **Galeria Baltycka** in Danzig in die Betrachtung mit einbezogen, erhöht sich die Nettoanfangsrendite laut DES-Vorstand leicht auf 5,49%. Die Aktionäre erhalten die gleiche Dividende wie im Vorjahr: 1,05 Euro je Aktie. Die

Deals

Bochum-Wattenscheid: Die **iSOFT Health GmbH**, im Verbund der australischen **IBA Health Gruppe** einer der weltweit führenden Anbieter von IT-Lösungen im Gesundheitswesen, hat in Bochum-Wattenscheid, Burgstraße 9b, 250 qm Büro- sowie 350 qm Service-/Lagerfläche angemietet. **Brockhoff & Partner** in Essen vermittelte.



Handelsimmobilien

Report Nr.20

VOM 25.04.08

Cities & Center & Developments

Seite 13 von 16

Hauptversammlung am 19. Juni in Hamburg muss dem noch zustimmen.

Für 2008 peilt die Deutsche EuroShop AG erneut ein kräftiges Umsatzwachstum an. **In der Summe sollen die Erlöse auf 110 bis 113 Mio. Euro steigen, wobei die Wachstumsmotoren bereits bekannt sind. Hier wirken sich nicht nur die Eröffnungen der Stadt-Galerien in Hameln und Passau aus, sondern auch die der Galeria Balticka, die dann erstmals für ein volles Geschäftsjahr konsolidiert wird.** Und da die Shopping Center in Hameln (Eröffnung im März 2008) und Passau (im Herbst 2008) im kommenden Jahr erstmals für volle zwölf Monate zum Umsatz beitragen, rechnet der Vorstand auch 2009 mit weiterem Umsatzwachstum, auf 119 bis 121 Mio. Euro.

Auch beim Ertrag ist Wachstum angesagt: Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) soll nach den Plänen des DES-Vorstands 2008 recht deutlich auf 90-92 Mio. Euro steigen und 2009, nachdem alle Objekte, die noch im Bau sind, eröffnet wurden, auf 100-102 Mio. Euro. Beim EBT ohne Bewertungsergebnis hat der Vorstand die Messlatte für 2008 auf 43 bis 45 Mio. Euro und 2009 auf 49 bis 51 Mio. Euro gelegt.

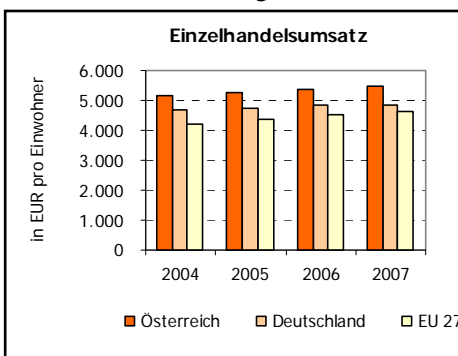
Shopping-Center-Szene Wien - Innenentwicklung versus Dezentralisierung

Nina Zimmermann, GfK GeoMarketing GmbH/GfK PRISMA Institut

Die österreichische Bundeshauptstadt **Wien** ist mit rd. 1,7 Mio. Einwohnern die mit Abstand größte Stadt der Alpenrepublik und fungiert als wirtschaftliches, politisches und kulturelles Zentrum Österreichs. Als international renommierte Metropole mit hoher Lebensqualität ist sie auch Sitz zahlreicher internationaler Institutionen. **Durch die günstige räumliche Lage - u.a. die Nähe zu Ungarn, Tschechien und der Slowakei - konnte die Stadt Wien, wie auch Österreich allgemein, stark von der Öffnung der südosteuropäischen Märkte profitieren und ist als wichtige Schnittstelle für Wirtschaftsbeziehungen westeuropäischer Unternehmen mit den mittel- und osteuropäischen Ländern etabliert.**

Dieses Szenario hat mit dazu beigetragen, dass die österreichische Wirtschaft prosperiert und die Einzelhandelsausgaben pro Kopf im europäischen Vergleich deutlich über dem Durchschnitt der EU 27 rangieren. Mit einem Volumen von knapp 5 500 Euro liegen die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel auch merklich über dem bundesdeutschen Wert und sie weisen nach wie vor nennenswerte Wachstumsraten auf.

Mit Blick auf das **Kaufkraftniveau** herrschen in der dicht besiedelten Stadt Wien und insbesondere in ihrem 'Speckgürtel' überdurchschnittliche Bedingungen. Die Stadt ist auch für ihre Leistungen im sozialen Wohnungsbau bekannt **Vor diesem Hintergrund**



konnte sich eine ausgeprägte Einzelhandelslandschaft entwickeln, deren Mittelpunkt eine leistungsfähige und attraktive Innenstadt ist. Diese verteilt sich traditionell auf zwei Haupteinkaufsbereiche: Zum einen die innere **Mariahilferstraße** mit einem dichten Besatz an nationalen und internationalen Filialisten, lokalen/regionalen Betreibern und dem traditionsreichen Warenhaus **Gerngroß**, das mit Untermietern wie **Saturn, Butlers** und **Görtz** im Grunde zu den Shopping Centern

gerechnet werden kann; zum anderen die Fußgängerzone **Kärntner Straße**, die eine sehr hohe, teils auf Touristen beruhende Passantenfrequenz aufweist.

Der innerstädtische Einzelhandel wird durch eine Reihe von weiteren, integrierten Geschäftsstraßen ergänzt; daneben spielen für die Einzelhandelsszene von Wien aber auch Shopping Center eine wichtige Rolle. So gibt es in Wien laut **GfK PRISMA-Datenbank** derzeit 16 Shopping Center mit einer Brutto-Mietfläche von 10 000 qm

Unternehmens News

Cima gibt sich einen kürzeren Namen

Manchmal ist weniger einfach mehr. Die **Cima** hat ihren Firmennamen aufgeräumt und verkürzt. Die neue Firmierung schenkt sich das Beratungsunternehmen selbst zum Geburtstag: die CIMA wird nämlich in diesem Jahr 20 Jahre alt. Ab sofort heißt das Unternehmen : **CIMA Beratung + Management GmbH**. Im alten Namen war den Verantwortlichen die Fokussierung auf **Stadtmarketing** zu stark. Das entsprach schon länger nicht mehr der Breite der geschäftlichen Aktivitäten. Anlässlich des zwanzigjährigen Firmenjubiläums soll im Magazin *cimadirekt* ein Artikel über das Image der CIMA publiziert werden. Darum bittet die Cima dazu den kurzen Fragebogen unter : www.cima.de/umfrage/image auszufüllen und bis **30.04.08** zurückzusenden.

Deals

Bochum: Die Firma „**go first**“ (Your City... Your Fitness), wird im Mai/Juni in der von der **DIC** (Deutsche Immobilien Chancen) erworbenen **Stadtbad Galerie** in Bochum ein 3 400 qm großes Fitnessstudio eröffnen. Die hellen, nahezu rundum verglasten Flächen im Hochhausbereich der Stadtbad Galerie Bochum, unweit des Hauptbahnhofs mit Direktanbindung an den **Massenberg Boulevard**, gilt als eine der attraktivsten Immobilien Bochums. Die Vermittlung wurde von **Brockhoff & Partner** durchgeführt.



Handelsimmobilien

Report Nr.20

VOM 25.04.08

Cities & Center & Developments

Seite 14 von 16

Sonstiges

Gewinner des Preises „Stores of the Year“

Mit dem HDE-Preis „Stores of the Year“ für die besten Ladenkonzepte 2008 wurde während des **Deutschen Handelsimmobilienkongresses** in Berlin folgende Konzepte ausgezeichnet: Sieger in der **Kategorie Food** ist **Hieber's Frische Center** in **Grenzach – Wyhlen**, die sich klar von der Welt der üblichen Supermärkte abgrenzt. In der Kategorie **Fashion** siegte **DIFFERENT fashion** der MRM Marketing und Textilhandels-gesellschaft, **Tinum/Sylt**. Hier wurden zwei anspruchsvolle Modegeschäfte laut Jury mit 6 exklusiven Ferienappartements stilvoll vereint. In der Kategorie **Living** gewann die **WMF AG** für die von Grund auf sanierte Filiale **Stuttgart, Königstraße**, wo für die Kunden auch gekocht wird. Gewinner der Kategorie „out of line“ war die **JUMP Reistsport GmbH & Co KG** aus **Bünde**, die auf 6 000 qm eine Sinneswelt rund um das Reiten arrangiert. Mit dem **Sonderpreis** für die Unternehmensgruppe **Engelhorn, Mannheim**, würdigt die Jury aus Handelsexperten nicht nur das neue Luxus-Accessoires-Konzept und den Umbau von „**Engelhorn Mode im Quadrat**“, sondern auch die Tatsache, dass das Mannheimer **Bekleidungsunternehmen über Jahre hinweg in Einzelhandelsimmobilien investierte und mit seinen heute 6 Gebäudekomplexen ein hochwertiges Einkaufs-quartier geschaffen hat.**

GLA (Bruttomietfläche) aufwärts, die zusammen eine Shopping-Center-Fläche von etwa 478 000 qm aufweisen. Dies entspricht einer Pro-Kopf-Ausstattung von rd. 0,3 qm je Einwohner und liegt im europäischen Vergleich im Mittelfeld. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass sich vor den Toren der Stadt in **Vösendorf** die überaus leistungs- und ausstrahlungsstarke Centeranlage **Shopping City Süd** befindet, die **zusammen mit den benachbarten Fachmärkten die größte Einzelhandelsagglomeration Europas darstellen dürfte** und die in dem genannten Wert für das Wiener Stadtgebiet nicht enthalten ist. Innerhalb Wiens bilden die mittelgroßen Anlagen mit 20 000 bis 40 000 qm den Schwerpunkt.

Räumlich-strukturell betrachtet zeigt sich der Einfluss der „Shopping City Süd“ auch darin, dass in Wien größere Centeranlagen insbesondere im nördlichen und östlichen Stadtgebiet bestehen, während der Süden und Westen weniger gut bestückt sind. So befindet sich etwa das 1975 eröffnete und mehrmals erweiterte **Donauzentrum** - mit rd. 98 000 qm GLA das größte Shoppingcenter Wiens - nordöstlich der Donau in zentraler Lage im bevölkerungsreichen 22. Stadtbezirk Donaustadt. **Dieses erfolgreiche und gut angenommene Center fällt sowohl unter qualitativen als auch quantitativen Aspekten positiv auf und soll perspektivisch erneut erweitert werden.**

Shopping Center in Wien	
Größe in qm	Anteil
10 000- 20 000	18%
20 000- 40 000	41%
40 000- 60 000	20%
ab 60 000	21%

Die **Millennium City** im 20. Stadtbezirk nördlich der Innenstadt mit rd. 50 000 qm GLA und Mietern wie Saturn oder Mango bereichert die Wiener Center- und Kinolandschaft seit 1999 und ist auch als Büro-Standort von Bedeutung. Dagegen verspürt das ebenfalls im Norden der Stadt angesiedelte **Shopping Center Nord** mit rd. 33.000 qm GLA den starken Wettbewerbsdruck durch die oben erwähnten Einkaufszentren und die im Umfeld angesiedelten Fachmarktangebote.

Im Osten der Stadt besteht u.a. mit dem **Huma Einkaufspark** mit rd. 48 000 qm GLA eine eher fachmarktorientierte Centeranlage, die vor allem dem versorgungsorientierten Einkauf dienen dürfte. Für eine Diversifizierung des Angebots im Wiener Osten sorgt das 2007 eröffnete **Stadion Center** in der Leopoldstadt, das eine moderne und helle Architektur und einige in Wien bislang noch nicht vertretene Mieter zu bieten hat. Im **Gasometer** mit seinen rd. 33 000 qm GLA lassen - nicht zuletzt auf Grund struktureller Schwierigkeiten - die Besucherfrequenz und die Mieterakzeptanz (zahlreiche Flächen stehen leer) offensichtlich zu wünschen übrig.

Im Westen der Stadt hat sich das mehrfach erweiterte **Auhof-Center** (rd. 30 000 qm GLA) eine nennenswerte Position erarbeitet, wobei das Center aber ganz offensichtlich auch von der geringen Wettbewerbsintensität in diesem Teil der Stadt profitiert. Der Stadtteil wird ansonsten durch das etwas unübersichtliche, aber durchaus gut frequentierte Shoppingcenter **Lugner City** mit etwa 27 000 qm Bruttomietfläche versorgt.

Mit Blick auf die perspektivische Entwicklung des Centerwettbewerbs sind im Großraum Wien zweierlei Entwicklungen zu beobachten: **In Wien selbst ist im Kontext der „Bahnhofsoffensive“ der ÖBB geplant, den Westbahnhof, Haupt- und Südbahnhof sowie den Bahnhof Wien Mitte zu modernisieren und dort Shopping Center zu etablieren, die für eine innenstadtnahe Ergänzung der Einzelhandelslandschaft und eine Stärkung einiger Wiener Geschäftsstraßen sorgen sollen.**

Zugleich sind durch geplante „Grüne-Wiese-Standorte“ auch Dezentralisierungstendenzen zu erkennen. So konkretisiert sich im Norden derzeit die Verwirklichung des **EKZ Gerasdorf**. Im Süden könnte der „Shopping City Süd“ neuer Wettbewerb erwachsen, wenn der Bau eines Shopping Centers in **Wien-Rothneusiedel** umgesetzt würde. Das Center soll mit dem Bau eines neuen Fußballstadions verbunden werden. Mit der Realisierung dieses Projekts ist allerdings kurzfristig nicht zu rechnen.



Handelsimmobilien

Report Nr.20

Cities & Center & Developments

VOM 25.04.08

Seite 15 von 16

Personalien

CB Richard Ellis vergrößert Retail-Team

Brigitte Landwehr ist seit Anfang März als **Senior Consultant** für den Bereich Luxus im Retailgeschäft beim Immobilien-dienstleister **CB Richard Ellis (CBRE)** in München verantwortlich. München betreut den gesamten süd-deutschen Raum. **Landwehr** ist Architektin und war zuvor bei **Engel & Völkers** im Bereich Verkauf von Luxusimmobilien und anschließend bei **Lührmann** im Retailgeschäft tätig. Mit **Brigitte Landwehr** hat CBRE nach eigenen Angaben eine Mitarbeiterin mit langjähriger Erfahrung und guten Kundenbeziehungen im Bereich Luxus-Einzelhandel gewinnen können, „um die stetig wachsende Nachfrage nach 1A-Lagen in Süddeutschland entsprechend bedienen zu können“.

Albertazzi managt künftig Azzurro Fonds

Henderson Global Investors hat **Alberto Albertazzi** zum neuen Fondsmanager des geschlossenen italienischen Einzelhandelsimmobilienfonds **Azzurro** ernannt. Er verfügt über mehr als 15 Jahre Erfahrung im Bereich Immobilien-Investment, Asset-Management und Fundraising. „Azzurro bietet deutschen und ausländischen institutionellen Investoren die Möglichkeit, in einen Markt zu investieren, der auf Grund der starken Nachfrage nach Einzelhandelsflächen ein starkes Mietwachstum verspricht“, sagt **Michael Englisch**, der für die europäische Geschäftsentwicklung mitverantwortliche Direktor von Henderson Global Investors.

Fazit: Es bleibt abzuwarten, ob die drei Bahnhofsprojekte, die auf Grund der Dimensionierung nur bedingt regionale Ausstrahlung erreichen dürften, im Verbund mit verschiedenen Wiener Geschäftslagen eine nachhaltige Stärkung des (integrierten) Wiener Einzelhandels bewirken können. **Ansonsten dürften weitere Projekte am Stadtrand bzw. im Umland von Wien den qualitativ wenig überzeugenden Centerstandorten innerhalb Wiens Marktanteile abjagen und zu einer Verstärkung der Dezentralisierungstendenzen beitragen, die mit der „Shopping City Süd“ ein großflächiges (und sehr gut angenommenes!) Beispiel hat.**

Immobilienstandort Düsseldorf – Selbst in der erfolgreichen Metropole grassiert die Angst vor neuen Shopping Centern

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die Probleme, mit denen sich die Verantwortlichen in Düsseldorf beschäftigen, möchte so manche Ruhrgebiets-Stadt im Umkreis der Rheinmetropole gerne haben. Bis zum Jahr 2020, so stellt **Lars Kolk, Leiter der Abteilung für Stadtentwicklung im Stadtplanungsamt Düsseldorf**, während der IIR-Konferenz „**Immobilienstandort Düsseldorf 2008**“ fest, muss die Landeshauptstadt zusätzliche 28 000 Wohneinheiten innerhalb des Stadtgebiets schaffen. Die Bauflächenreserven reichen bisher aber nur für 18 000. Die Modestadt am Rhein wächst noch – anders als viele Ruhrgebietsstädte.

Bis 2020 wird die Bevölkerung in Düsseldorf von heute fast 586 000 auf über 600 000 wachsen. **Dabei bleibt die Stadt auch eine junge Stadt, denn die Zahl der Erwerbstätigen wird sich von 463 000 (2005) auf rund 490 000 erhöhen.** Und da Düsseldorf im bundesweiten Vergleich eine sehr ausbildungsintensive Stadt ist, gibt es hier gleichzeitig auch viele Berufseinsteiger. Außerdem siedeln sich in der Rheinmetropole nicht nur Dienstleister an, die Büros nachfragen. 40% der Standortanfragen von außerhalb der Stadt richten sich laut **Kolk auf den klassischen gewerblichen Bereich.**

Das ist ein gutes Fundament für den Handel, der sich zudem auf gute Einzelhandelsdaten stützen kann. Mit einer Einzelhandelsfläche von 1,29 Mio. qm oder 2,2 qm Verkaufsfläche pro Kopf liegt Düsseldorf zwar weit über dem Bundesdurchschnitt von



1,43 qm, doch weist die Stadt mit einer Kaufkraftkennziffer von 121 – das ist Rang 2 hinter **München** – und einer Zentralitätskennziffer von 131, dem höchsten Wert unter den Metropolen Deutschlands, **als Einkaufsstadt große Sogwirkung auf das Umland auf. Sie reicht bis in die Niederlande und nach Belgien.** Die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel liegen laut **Wulf Aengevelt, geschäftsführender Gesellschafter von Aengevelt** bei 7 500 Euro.

Da die Nachfrage nach Top-Lagen sehr hoch ist, wird das Mietpreisniveau, das 2007 zwischen 95 und 200 Euro je qm lag, nach Einschätzung des Immobilien-Experten noch moderat steigen. Auf 100 bis 205 Euro. Neben der Luxus-Meile **Königsallee** ist die **Schadowstraße** (Foto) die Haupteinkaufstraße.

Doch die vielen geplanten Shopping Center im Umkreis von Düsseldorf wie die Rathaus Galerie in Leverkusen, das Forum Mönchengladbach, das Rheinpark Center (ehemaliges Huma Center) vor den Toren von Neuss, die 10 000 qm geplante Einzelhandelsfläche im Kö-Bogen, vor allem aber die Düsseldorf Arcaden am Bilker Bahnhof haben unter Experten eine Diskussion ausgelöst, ob dadurch der Schadowstraße auf Dauer gesehen das Wasser abgraben wird. Davon ist Architekt und Stadtplaner **Walter Brune** überzeugt, der darauf hinweist, dass die Arcaden den gleichen Mieterbesatz aufweisen wie die Schadowstraße. Und da viele Besucher der City von außerhalb kommen, befürchtet er, dass der Zustrom gleich in die Arcaden weiter fährt. Auch **Peter Achten, Hauptgeschäftsführer des Einzelhandelsverbands NRW** befürchtet eine immer größere Polarisierung der Einkaufslagen.



Handelsimmobilien

Report Nr.20

VOM 25.04.08

Cities & Center & Developments

Seite 16 von 16

Sonstiges

Dagegen sieht **Richard Erben**, Amtsleiter des Stadtplanungsamts Düsseldorf die Arcaden als einen wichtigen Baustein im Konzept der Stadt, **um die Kaufkraft der Bürger in Düsseldorf zu binden, gegen die Sogwirkung etwa des Rheinpark Centers mit seinen 40 000 qm und dem geplanten Shopping Center in der Innenstadt von Neuss.** Auch die Fläche im geplanten Kö-Bogen, am oberen Ende der Königsallee, in Anbindung an die Schadowstraße werde Gastronomie beherbergen und damit den Erlebnischarakter, der dieser Straße fehle, steigern, so Erben. Auch **Gerhard Kemper**, geschäftsführender Gesellschafter des Maklerunternehmens **Kemper's**, geht davon aus, dass die Zusatzfläche am Kö-Bogen eher eine Aufwertung der Schadowstraße bedeutet.

„Die Schadowstraße ist und bleibt für Düsseldorf die wichtigste Einkaufsstraße“, versichert Erben mit Blick auf die Sorgen über einem Bedeutungsverlust. Allerdings sei allen klar, dass die Anrainer der Straße einiges tun müssten, um die Qualität der Meile in Richtung Erlebnis-Shopping zu steigern. **So wird beklagt, dass es in der Straße keine interessante Gastronomie-Szene gibt.** Karstadt plant laut Brune den Umbau seiner Filiale zum Premium-Warenhaus. Das könnte den oberen Teil der Straße aufwerten.

Dass es möglich ist, den Verfallsprozess eines Straßenquartiers umzukehren, zeigt die **Graf-Adolf-Straße, die durch eine vom Land geförderte Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) der Anrainer wieder aufgewertet wurde.** Das geht laut Erben aber nur in einem kooperativen Prozess. Die Stadt müsse den Anstoß geben, ergänzt auch Aengevelt, und die Eigentümer müssten die Impulse aufgreifen und in ihre Immobilien investieren. Nach Erbens Erfahrung sind die Eigentümer auch durchaus bereit, ihre Chancen zu nutzen, wenn die Stadt einmal den Anstoß gegeben hat. Aber der Anfang sei sehr mühevoll, weiß der Experte.

Thomas Middelhoff bleibt ein Jahr länger bei Arcandor

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin Handelsimmobilien Report

Arcandor-Chef **Thomas Middelhoff** (Foto) schien schon auf halbem Weg nach London zu sein, denn sein Vertrag läuft Ende 2008 aus und verlängern wollte er bislang nicht. Nun überraschte er während der Hauptversammlung mit der Nachricht, dass er seinen Vertrag bis Ende 2009 verlängert hat. **Ein Grund für diesen Sinneswandel war die Ankündigung des Metro-Konzerns, die Tochter Kaufhof zum Verkauf zu stellen.** Das habe Bewegung in den Markt gebracht, so der **Arcandor-Chef**, dadurch komme auch Karstadt unter Zugzwang, sich im Markt zu positionieren. Ein Bekenntnis, dass Karstadt nun - wie schon vielfach kolportiert wurde - Kaufhof übernehmen werde, ist das freilich nicht. Details der geplanten Warenhaus-Strategie wollte Middelhoff noch nicht nennen. Er kündigte vielmehr an, dass die Partnerschaft mit der italienisch-französischen Warenhaus-Kette La Rinascente/PPR im Premium-Segment vorangetrieben werden soll. Überhaupt will Middelhoff das Thema Partnerschaften im Warenhaus auch ohne Kaufhof voranbringen.



Ein Aktionärssprecher kommentierte mögliche Pläne über ein Zusammengehen von Karstadt und Kaufhof mit den Worten: „**Aus zwei Fußkranken wird noch kein Marathonläufer**“. Insider sehen bei einer Fusion Karstadt/Kaufhof auch das große Problem der doppelten Standorte in fast allen großen Städten. Schon bei der Fusion **Karstadt-Hertie** und **Kaufhof-Horten** stellte sich die Frage, wie die Warenhäuser an Doppelstandorten profiliert werden könnten. Und die häufig erwähnte Lösung, dass ein Teil der Häuser ohnehin abgerissen werden müsste, ist eine teure Variante, für die sich nicht zwingend Investoren finden lassen. Insofern muss eine künftige Warenhaus-Strategie sehr genau abgewogen werden. **Und ob Middelhoff dafür bis Ende 2009 die Zeit reicht, bleibt abzuwarten.** Oder sein Nachfolger muss es tun. Versand-Vorstand **Marc Sommer**, wurde zum stellvertretenden Vorstandschef ernannt.

JLL managt die „Hallen am Borsigturm“

Die **Vernal Asset 2BV**, Eigentümerin des Shopping Centers „**Hallen am Borsigturm**“ in **Berlin-Tegel** hat **Jones Lang LaSalle** mit dem Center Management ihres Objekts beauftragt. Vernal Asset 2BV gehört zur **Archon Group Deutschland GmbH**. Das 1999 eröffnete Shopping Center hat eine Fläche von 49 500 qm, davon 35 500 für Einzelhandel, und ist fast vollständig vermietet. Ankermieter der Handelsfläche sind **Media Markt**, **Real** sowie **H & M**. Hinzu kommen 12 000 qm für den Freizeitbereich mit einem Multiplex-Kino und ein **Best Western Hotel**. **Jones Lang LaSalle** managt bundesweit 21 Shopping Center mit 500 000 qm Fläche an 18 Standorten.

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