

Handelsimmobilien Report

Cities & Center & Developments



Liebe Leser,

der Einzelhandel gewinnt Marktanteile. Das gilt nicht nur für Investments, sondern auch für die **Expo Real** in München. Die Händler erkennen die zunehmende Bedeutung der Immobilienwirtschaft für das Geschäft und ihre Expansion. Vor zwei Jahren reichten noch zwei Finger aus, um die Zahl dieser Aussteller zu erfassen - heute braucht man schon zwei Hände. Handelskonzerne wie **Edeka**, **Rewe** mit Tochtergesellschaften, **Tengelmann**, **Hornbach** oder **Metro** im Verbund mit der Stadt Düsseldorf, um nur einige zu nennen, suchen verstärkt das **Gespräch mit** und das **Geld der** Immobilienwirtschaft.

Der Markt für Handelsimmobilien ist zweifellos weiter im Umbruch. Viele Einzelhandelsunternehmen sind so strukturiert, dass sie schnell expandieren können, beschreiben Experten wie **Rüdiger Hampe** von der Hamburger **BBE** die Lage. Die vielen Ankündigungen über vollzogene und geplante Filialeröffnungen bestätigen, dass der Einzelhandel seine Expansionspläne auch umsetzt. Nach einer Studie der **Hahn-Gruppe** geht die Zielrichtung nun auch verstärkt in Richtung Mittelstädte.

Doch oft fehlen Flächen im gewachsenen Bestand deutscher Städte, die den immer größer werdenden Sortimenten im Einzelhandel gerecht werden. Ganz zu schweigen von der modernen Architektur, die das Einkaufen heute zum Shoppingerlebnis werden lässt.

Wenn auf einen solchen Markt für Handelsimmobilien mit Renditen, die im westeuropäischen Vergleich noch relativ hoch sind, das wachsende Interesse internationaler Investoren mit erheblichem Anlagedruck trifft, dann ist leicht vorstellbar, welche bauliche Dynamik sich in deutschen Innenstädten in den nächsten Jahren entfalten wird. Die Subprime-Krise wird nur als kurze kalte Dusche gesehen.

Die Dynamik lässt sich schon an der großen Zahl von Shopping Centern ablesen, die geplant sind. Geänderte Formate mit Bedarf nach größeren zusammenhängenden Flächen in den Cities werden durch den Strukturwandel zu weiterer Dynamik führen. Dies betrifft Bau- und Investitionsnotwendigkeiten auf der einen Seite. Es führt auf der anderen Seite in einem gesättigten Markt ohne nennenswertes Umsatzwachstum durch nicht mehr rentable Flächenproduktivität aber auch zu Rückbau oder Umwandlungsnotwendigkeit. Vergleichbar war die Entwicklung Mitte der 70er-Jahre als Lebensmittelmärkte, Möbel- und Heimwerkermärkte in die „Flachmänner“ am Stadtrand zogen. „Verödung der Innenstädte“ wurde zum Schlagwort. Jetzt atmen die Städte wieder ein. Die Großflächen kehren die in die Cities zurück.

Die Herausforderung für die Kommunen, diese Dynamik in vernünftige Bahnen zu lenken, und vielleicht auch einmal „Nein“ zu sagen, ist erheblich. Doch noch viel zu häufig trifft das Interesse der Investoren viele Städte unvorbereitet. Viele Kommunen haben auf der Expo Real mit ihren Konzepten geworben. **Wie viele Städte in Deutschland aber bereits klare Visionen und Pläne haben**, wie sie die Ansiedlung des Einzelhandels verträglich steuern wollen, wird sich an Leerständen und

Problemquartieren ablesen lassen, die zurückbleiben, nachdem die Karawane der Investoren weitergezogen ist. Anlagedruck allein, das zeigen die zyklischen Krisen auf den Weltkapitalmärkten, **ist kein guter Ratgeber für sinnvolle Stadtentwicklung.**



Ruth Vierbuchen

Dr. Ruth Vierbuchen,
Chefredakteurin

Nr. 7 vom 12.10.2007

Kostenlos per E-Mail

ISSN 1860-6369

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Expo Real: Back to the roots - Teil 1 (Eberhard)	2
Expo Real: Die Kredit-Krise hat bei Preisen Spuren hinterlassen - Teil 2	4
Tengelmann sucht Einkaufspartner für seine Supermärkte	6
Boom in NRW - Wettrüsten mit Shopping Centern?	7
Hameln blickt gespannt auf die neue Stadt-Galerie (Pfeffer)	8
Douglas Holding AG setzt sich von Markt-Trend ab	10
Athen - Entwicklung neuer Shopping Center verläuft nur schleppend (Jahn)	11
Impressum	12

Viel Spaß bei Lesen wünschen



Werner Rohmert,
Herausgeber

und die Partner vom
Handelsimmobilien *Report*





Handelsimmobilien

Report Nr.07

Cities & Center & Developments

VOM 12.10.07

Seite 2 von 12

Unternehmens News

Expo Real 2007: Back to the roots

Andre Eberhard's erste Eindrücke von "seiner 2." Expo Real

Die diesjährige Expo Real stand nicht nur unter dem Motto Nachhaltigkeit und Energie-Effizienz, sondern auch "Soweit die Füße tragen". Mehr Aussteller bedeutete auch mehr Fläche. Auf knapp 65 000 qm hat sich die Expo mittlerweile vergrößert. 6 Hallen und über 1 800 Aussteller forderten vollen Schuhwerkseinsatz. Aber es gibt noch Vergrößerungsreserven; denn bei der morgendlichen Wahl zwischen Image und Bequemenschuhwerk gewann mit der Bandbreite zwischen Maßanfertigung, Pferdeleder, Möchtegern-Budapestern aus Rindsleder und dem Diabetiker-Schuhwerk von Bally klar das Image. Um die kurze Messezeit vollends nutzen zu können, scheute unser Herausgeber keine Kosten und Mühen und quartierte sich in einem eigens angemieteten Wohnmobil direkt an der Messe ein. So brauchte er jeden Morgen nur eine Viertelstunde zur Messe und musste sich nicht in überfüllte U- und S-Bahnen quetschen. (Anmerkung des Herausgebers: Ein Crash der Elektrik-, Heizungs- und Wasserversorgung führte zu zukunftsweisenden Dusch-Erfahrungen im Rahmen der Oktoberfest-Aktivisten.)

Themen der Messe - Back to the roots. Die Immobilie stehe wieder im Vordergrund – so die vorgetragene Überzeugung der Protagonisten. Die Heuschrecken verkleiden sich professionell. Der Markt ist weniger aufgeregt und entspannt sich langsam. Der Reit ist zwar nach wie vor Thema, jedoch lange nicht so heiß wie er noch zu Anfang des Jahres gekocht wurde. Lediglich drei Vor-Reits haben sich versammelt um, wann auch immer, an die Börse zu gehen – „Wenn sich das Börsenklima für Immobilien AG's

Thalia und Karstadt lösen Kooperation

Die zwischen **Karstadt** und **Thalia** geplante Partnerschaft kommt nicht zustande. Ursprünglich sollte Thalia die Buchabteilungen der 89 Karstadt-Filialen übernehmen. Auf Grund unterschiedlicher Auffassungen wurden die Pläne aufgegeben. Thalia wird aus eigener Kraft weiter expandieren. Karstadt wird mit **Hugendubel** und **Weltbild**, die beide zur Finanzholding **DBH** gehören, zusammenarbeiten. Die ersten Buchabteilungen werden vor dem Weihnachtsgeschäft eingerichtet.



Wir suchen neue Filialstandorte

- Ab 20 000 Einwohner im Kernort zzgl. Einzugsgebiet
- 700 m² bis 1200 m² Verkaufsfläche, ca. 150 m² Nebenfläche (Personal/Lager)
- Bei Zweigeschossigkeit EG mind. 450 m² - 700 m² Verkaufsfläche
- In gut frequentierten Lagen (Fußgängerzonen, EKZ und Fachmarktzentren)

Wir sind ein international tätiges Textileinzelhandelsunternehmen mit über 800 Filialen in Europa und bieten langfristige Mietverträge und marktgerechte und wertgesicherte Mieten.

Objektangebote an:

Charles Vögele Deutschland GmbH
Abteilung Expansion
Zeppelinstrasse 2-8
72488 Sigmaringen
Tel. 07571 / 723 670
Fax 07571 / 723 176
www.charles-voegele.de

Charles
Vögele
S w i t z e r l a n d



Handelsimmobilien

Report Nr.07

Cities & Center & Developments

vom 12.10.07

Seite 4 von 12

Unternehmens News

Aus Walt-Mart wird größter Edeka-Markt

Die **Development Partner AG** hat ein Grundstück mit rund 12 525 qm in **Düsseldorf-Reisholz** erworben. Die bis 2006 durch den US-Konzern **Wal Mart** genutzte Immobilie aus dem Jahr 1970 wird abgerissen und für **Edeka** neu errichtet. Hier entsteht auf mehr als 8 000 qm der deutschlandweit größte Edeka-Markt. Das Projektvolumen beträgt 19 Mio. Euro. Edeka fungiert als Mieter. Die Flächen umfassen einen Getränkemarkt, Gastronomie sowie weitere Einzelhändler und Dienstleister. Baubeginn ist für Januar 2008, die Fertigstellung für Januar 2009 geplant. Mit der Planung wurde das Dortmunder Architekturbüro **Bieber** beauftragt. **Development Partner** konzentriert sich seit 1982 bundesweit auf die Entwicklung hochwertiger Handelsimmobilien und Geschäftshäuser in guten Innenstadtlagen für institutionelle und private Investoren.

WilhelmGalerie in Ludwigsburg eröffnet

Mit der **WilhelmGalerie** wurde Ende September die erste Einzelhandelsentwicklung der **Hochtief Projektentwicklung** eröffnet. Das vollvermietete Einkaufszentrum mit einer Handelsfläche von etwa 17 700 qm sowie Büro- und Gastronomieflächen beherbergt ca. 30 Geschäfte. **Hochtief** hatte das Objekt im Februar 2006 an die Fondsgesellschaft **Hannover Leasing** verkauft. Centermanager ist die Hamburger **sec**.

Die Expo war wieder mal das Ereignis, um Geschäftspartner und Freunde an drei Tagen an einem Ort zu treffen, ohne quer durch Deutschland reisen zu müssen. Die großen Deals werden sicher woanders unterschrieben, doch wie sagte ein befreundeter Makler so schön: „Auf der Expo kauft man die Tinte!“. Auch nächstes Jahr werden wir sicher wieder mit dabei sein. Hotels werden heute gebucht.

Expo Real: Die Kredit-Krise hat bei Preisen Spuren hinterlassen

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report

Die Krise auf dem US-Markt für Hypothekenanleihen zeigt auch beim Geschäft mit Handelsimmobilien ihre Wirkung. Wie Marktteilnehmer auf der **Expo Real** in München berichteten, sind die Preise z.T. um eine Jahresmiete gesunken - auch wenn sich die Verkäufer dieser Problematik noch nicht so recht bewusst sind. Die Zurückhaltung auf der Angebotsseite ist deshalb derzeit durchaus spürbar.

Ins Bild passt da auch der Bericht der **German Retail REIT (GRR)** die bis Ende September rund 50 Mio. Euro in Fachmärkte und Discounter investierte. Es hätte mehr sein sollen, doch aus Sicht des Managements gab es zu wenig gute Paketangebote: **Bis zur Marktkorrektur infolge der Hypotheken-Krise hätten sich die Preisforderungen für Einzelhandelsimmobilien in Höhen entwickelt, die nur in wenigen Fällen vertretbar gewesen wären, beklagen die GRR-Manager.** Deshalb konzentrierte sich das Unternehmen auf Einzelobjekte mit stimmigen Preis-Qualitäts-Relationen.

Andererseits kommen Deals, die schon fest zugesagt waren, wieder auf den Markt, beobachtet beispielsweise **Berith Kübler**, Director of Fund Management Europe, beim Immobilienunternehmen **Cordea Savills**. Und man verhandelt wieder über den Preis. Die entscheidende Frage lautet heute: Haben Sie eine Finanzierung? Wie etwa **Helge Scheunemann** von **Jones Lang LaSalle** berichtet, wird die Finanzierung von Transaktionen im Wert von über 300 Mio. Euro schwieriger. Mit der teureren Refinanzierung wird sich auch das Preisniveau neu einpendeln.

Erstmals seit Ende 2004 rechnen die Experten wieder mit steigenden Renditen und werten die Auswirkungen der Krise auch mehr als positives Zeichen der Beruhigung. Man fokussiert sich wieder auf die Substanz, wie **Christian Eder**, Analyst European Research bei **Cordea Savills** hinzufügt. Investoren dürften jetzt eine aktivere Portfolio-Politik betreiben und auf substanzvollere Objekte schauen, schätzt auch **Helmut Trappmann** von **Pricewaterhouse-Coopers (PWC)**.

Auch die **Hahn Gruppe** aus Bergisch-Gladbach, die zur Expo Real ihren „**Retail Real Estate Report – Germany 2007/2008**“ vorlegte, sieht aktuell vor allem „kurzfristige Auswirkungen auf die Finanzierungsmöglichkeiten eigenkapitalschwacher Immobilieninvestoren“. Darüber hinaus bleibe insbesondere der deutsche Immobilienmarkt aber attraktiv: „**Langfristige Investoren mit geringem Fremdfinanzierungsanteil wissen die derzeitige Marktphase bei Neuerwerbungen für sich zu nutzen**“, heißt es in der Studie, die in Zusammenarbeit mit dem Einzelhandelsspezialisten **Dr. Lademann & Partner** in Hamburg, erstellt wurde.

Wichtige Trendthemen der Handelsimmobilien-Szene sind die Redimensionierung beispielsweise von überalterten SB-Warenhäusern, die mit ihren Größen von 10 000 qm oft nicht mehr zu dem aktuellen Flächenbedarf, der bei 4 000 bis 7 000 qm liegt, entsprechen, wie **Norbert Kuhn**, Vorstand der **Hahn-Gruppe** zusammenfasst. Und auch bei älteren Shopping Center wird dieses Thema verstärkt in den Fokus rücken.

Mit Blick auf die anziehende Konjunktur steckt auch der Einzelhandel wieder mehr Geld in neue Konzepte und Filialen. Hier ist laut Kuhn vor allem der Trend augenfällig, dass sich die Expansion von Filialisten wie **Kik**, **Takko**, **Vögele**, **dm-Drogeriemarkt**, **C&A**, **Reno** und auch **Deichmann** mit kleinformatigen Konzepten



Handelsimmobilien

Report Nr.07

Cities & Center & Developments

vom 12.10.07

Seite 5 von 12

Deals

stärker in die Mittelstädte bis 70 000 Einwohner verlagert. Manche planen zwischen 30 und 100 Neueröffnungen jährlich.

In ihrer Studie hat die Hahn-Gruppe zudem 30 Expansionsleiter des großflächigen Einzelhandels sowie 30 hochrangige Vertreter der Immobilienbranche (Fonds, Private Equity, Immobilien AGs) nach ihrer Markteinschätzung befragt. Kurz zusammengefasst: **Ein Erlahmen der Immobilien-Konjunktur wird von den meisten nicht erwartet. So glaubt das Gros der Einzelhändler, dass die Kauf- bzw. Verkaufspreise in den nächsten drei Jahren steigen (40%) oder gleich bleiben werden (40%).** Nur eine Minderheit erwartet sinkende Preise (10%). Die Mehrheit geht auch davon aus, dass die Mieten bei Neuobjekten steigen (56%) oder gleich bleiben werden (40%). Bei Nachvermietungen gehen 30% von höheren Mieten und 43% von gleich bleibenden Mieten aus. Dass die Konzentration im Einzelhandel auch in den kommenden drei Jahren anhalten wird, davon sind 60% überzeugt.

Bei den Immobilieninvestoren erwarten 40%, dass das Transaktionsvolumen 2007/08 weiter steigen wird. Im Rekordjahr 2006 waren laut **Jones Lang LaSalle** 18,5 Mrd. Euro in Handelsimmobilien geflossen. Von einem gleich bleibenden Transaktionsvolumen gehen 50% der Befragten aus, wobei vor allem Private Equity Gesellschaften (75% der Befragten) ein steigendes Volumen erwarten und Immobiliengesellschaften (64% der Befragten) von einem gleich bleibenden Niveau ausgehen. Vor allem die unvermindert hohe Nachfrage ausländischer Investoren nach Anlageobjekten und der Anlagedruck auf dem Kapitalmarkt werden nach Einschätzung der Befragten dafür sorgen, dass die Nachfrage in absehbarer Zeit nicht sinken wird. 33% glauben, dass die Preise in den nächsten 3 Jahren steigen, 46,7% erwarten gleiche Preise.

Jülich: Die **Vodafone D2 GmbH** hat ein neues Ladenlokal in Jülich, Kölnstraße 34, über **Brockhoff & Partner** mit 150 qm Verkaufsfläche, die derzeit noch von einem Juwelier genutzt wird, angemietet. Die Eröffnung des neuen Vodafone-Geschäftes in Top-Lage ist für Anfang 2008 geplant.

Berlin: Der niederländische Fonds **German Retail Strategy (GRS)** will in den nächsten 18 Monaten bis zu 600 Mio. Euro in deutsche Handelsobjekte investieren. Das kündigte **Craig Ballantyne** von **CMB Consulting** an. CMB, Berlin, berät und begleitet den Fonds.



Handelsimmobilien

Report Nr.07

Cities & Center & Developments

VOM 12.10.07

Seite 6 von 12

Deals

Die Frage, ob der Einzelhandel nach Einführung des G-REITs mit Steuerbegünstigungen beim Verkauf von Bestandsimmobilien eher bereit sein wird, sich von seinen Assets zu trennen, beantwortet die Branche laut Hahn-Vorstand Kuhn mit einem klaren „Jein“. Der Grund liegt in der geplanten Unternehmenssteuerreform, wonach Mietzahlungen der Gewerbesteuer zugerechnet werden sollen. 19% der Mieten sollen für die Gewerbesteuer herangezogen werden, was beim filialisierten Einzelhandel zu erheblichen Mehrbelastungen führen dürfte. **Der Wechsel vom Eigentümer in den Mieterstatus ist da wenig attraktiv.** Die Branche hofft nun, dass der Gesetzgeber nochmals bereit ist, über diese Regelung nachzudenken. **Den ausländischen Investoren scheint dieses Problem nicht bewusst zu sein. Denn 73,4% erwarten laut Studie, dass der REIT für den Handel ein Verkaufsargument ist.**

Tengelmann sucht Einkaufspartner für seine Supermarktkette - Discounter Plus noch ohne Kooperationspartner

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die Beantwortung der mit Spannung erwarteten Frage, ob die **Tengelmann-Tochter Plus** künftig mit der Discount-Kette **Penny** von **Rewe** kooperieren wird, wurde auf der Jahrespressekonferenz am Mittwoch nochmal aufgeschoben. Bei einer Kooperation seien viele Fragen zu klären, erläuterte **Karl-Erivan Haub**, geschäftsführender Gesellschafter und CEO Europa des Mülheimer Familienunternehmens die Verzögerung. Solche wie: Bleibt der stark umworbene Name **Plus**, der durch die Kampagne mit den „kleinen Preisen“ bekannt geworden ist, bestehen? Oder nimmt man den Namen des Partners? Und werden die ausländischen **Plus-Filialen** mit einbezogen oder sucht man dafür einen anderen Partner? Angebote gibt es offenbar. Immerhin ist der mit 6,87 Mrd. Euro drittgrößte Discounter Deutschlands hinter **Aldi** (Umsatz: rd. 27 Mrd. Euro) und **Lidl** (rd. 13 Mrd. Euro) nach dem Markteintritt in Griechenland nun in neun Ländern präsent und erzielt europaweit 9,57 Mrd. Euro Umsatz. Mit Bulgarien folgt 2008 das zehnte Land.

Tengelmann-Gruppe	
Welt-Konzern	2006/07
Umsatz	24,52 Mrd. €
Mitarbeiter	151.753
Filialen	8 056
Europa	2006/07
Umsatz	19,24 Mrd. €
Mitarbeiter	117.349
Filialen	7 650

Die Rewe-Tochter **Penny** bringt es als Nummer vier in Deutschland auf 6,1 Mrd. Euro. Gemeinsam würden die Partner im deutschen Discountmarkt eine starke Nummer drei bilden. Als weiterer möglicher Partner wird die Hamburger **Edeka** mit ihrer Discountkette **Netto** (4,1 Mrd. Euro) genannt.

Bisher ist klar, dass die potenziellen Partner beim Bundeskartellamt in Bonn bereits vorgesprochen haben. Und dass auch die Rewe-Gruppe in Köln auf eine baldige Antwort aus Mülheim wartet. **Tengelmann-Chef Haub** schätzt dagegen, dass die Kooperationsfrage bis Weihnachten geklärt sein dürfte. Wie gesagt: Bei einer Kooperation unter Gleichen besteht viel Gesprächsbedarf.

Den Weg der Kooperation mit einem starken Branchenpartner hatte **Tengelmann** bereits vor einigen Jahren bei der Drogeriemarkt-Kette „Kd“ eingeschlagen. Der defizitären Tochter fehlte auf dem hart umkämpften Markt gegenüber Wettbewerbern wie **Schlecker** und **dm-Drogeriemarkt** die kritische Größe. Zunächst hatte **Haub** mit der Drogerie-Kette **Rossmann** einen Partner gefunden, der **Kd** belieferte. Später hat **Rossmann Kd** vollständig übernommen und integriert. **Insofern sind Spekulationen, dass Tengelmänn auch bei Plus, die im vergangenen Geschäftsjahr nach einem deutlichen Umsatzrückgang von 20% beim Nonfood-Sortiment ganz leicht in die Verlustzone geraten war, mit einer Kooperation den Einstieg in den Ausstieg planen könnte, nicht ganz von der Hand zu weisen.**

Düsseldorf: Die **Hamburger Versicherung Volksfürsorge** hat die ehemals durch **Woolworth** genutzte Immobilie in der Düsseldorf-er Altstadt mit 2 600 qm gekauft. Das Eckgebäude wurde im Rahmen einer Projektentwicklung der **Centrum Grundstücks-gesellschaft mbH** neu konzipiert und in zwei Geschäfte aufgeteilt. Mieter sind der Modeanbieter **Zara** (1 200 qm) auf zwei Ebenen und die zum **Otto Versand** gehörende Dessous-Tochter **Lascana**, die ihren ersten Laden in Nordrhein-Westfalen betreibt. **Com-fort** vermittelte den Deal.

Bochum: Die **Prebag Ge-werbebau AG** hat ein Einzelhandelsportfolio aus vier Fachmärkten in Bochum, Hildesheim, Schlüchtern und Zirndorf mit einer Nutzfläche von 6 500 qm an die Investmentgesellschaft **Edinburgh House** veräußert. **Kemper's** hat die Transaktion vermittelt.

Köln: An der Breite Straße 54 in Köln sicherte sich **Optik Simon** eine ca. 350 qm große Einzelhandelsfläche. Das Ladenlokal wird gerade umgebaut. **Lührmann** vermittelte.

Dortmund: Die weltweit führende Einzelhandelskette für Computer- und Videospiele **GameStop** eröffnet neue Shops in **Dort-mund, Stuttgart** und **Rhei-ne**. **Kemper's** hat die Miet-verträge vermittelt.

Düsseldorf: Das Szenelabel **Savage Nation** hat einen Flagship-Store mit 75 qm am Carlsplatz 19 in Düsseldorf gemietet. **Kem-per's** vermittelte. **Savage Nation** bietet hochmodi-sche Street und Casual-wear im höheren Segment.



Handelsimmobilien

Report Nr.07

Cities & Center & Developments

vom 12.10.07

Seite 7 von 12

Unternehmens News

Redevco findet weitere Mieter für Handelsobjekte

Die **Redevco Services Deutschland GmbH** hat im saarländischen **St. Ingbert** das Geschäfts- und Wohnhaus in der Kaiserstraße 84-86 erworben. Nach der Umgestaltung, die bis Frühjahr 2008 dauern wird, werden die **Bäckerei Maus** knapp 100 qm und **Wendlings Pralinenlädchen** rund 90 qm für 10 bzw. 5 Jahre anmieten. Langfristige Ankermieterin ist das Modehaus **C&A**. Im innerstädtischen **Redevco-Einkaufszentrum** am Theodor-Heuss-Platz in **Viersen** konnten mit der **Essanelle Hair Group** (300 qm) und **Vodafone D2** (380 qm) zwei weitere Mieter für 10 Jahre gewonnen werden. Das Zentrum verfügt über 13 Einheiten mit einer vermietbaren Fläche von rund 6 100 qm sowie etwa 250 Pkw-Stellplätze auf dem Dach des Neubaus. Voraussichtlich ab 1. Februar 2008 mietet die **Tom Tailor Retail GmbH** ca. 550 qm für zehn Jahre im so genannten **Ritterhaus** in 1A-Lage in **Halle an der Saale**. Das erst im Juli 2007 von Redevco übernommene Geschäfts- und Wohnhaus (rd. 31 000 qm) in der Leipziger Straße verfügt über je rund 10 000 qm Einzelhandels- und Bürofläche, eine öffentliche Tiefgarage mit 370 Stellplätzen sowie 15 Wohneinheiten. Wichtige Mieter des Objekts sind der Modeanbieter **H&M** sowie **Reno Schuhe**, die deutsche **Telekom**, der Textil-Discounter **KiK**, **Baby-Walz** und **Bijou Brigitte** sowie eine Zweigstelle der **Deutschen Bank**. Europaweit hat Redevco einen Immobilienbestand im Wert von 6,9 Mrd. Euro.

Auch wenn Plus die kurzzeitige Schwächephase laut Haub inzwischen gut überstanden hat, eine gelungene Kooperation mit einem starken Partner aus dem Lebensmittelhandel, der seit der Fusionswelle Ende der 80er/Anfang der 90er-Jahre durch knallharte Preisverhandlungen geprägt wird und als schwierigster Markt der Welt gilt, dürfte immer eine spürbare Verbesserung der Marktposition mit sich bringen. **Mehr Nachfrage macht bedeutet bessere Einkaufskonditionen.**

Deshalb denkt Tengelmann-Chef Haub auch definitiv über eine weitere Kooperationspartnerschaft für die Supermarktkette **Tengelmann/Kaiser's** nach. Die Sparte ist auf regionalen Märkten wie Bayern und am Niederrhein sowie in Berlin zwar die Nummer eins, doch ist ein Umsatz von 2,51 Mrd. Euro, den die Kette im Vorjahr in 703 Filialen erzielte, auf einem Markt, in dem es die Top-Unternehmen **Edeka** und **Rewe** auf ca. 32 Mrd. bzw. rd. 28 Mrd. Euro bringen, nicht wirklich bedeutsam. Dass ein Familienunternehmen mit einem Lebensmittelumsatz von insgesamt 12 Mrd. Euro angesichts dieser Gewichtsverteilung ins Grübeln kommt, liegt auf der Hand. Die Einkaufskonditionen, die Tengelmann aktuell für das Grundsortiment über die lose Einkaufskooperation mit dem Einkaufsverbund **Markant** erhält, sind laut Haub „nicht die besten“. Hier wird mit dem bisherigen Partner zwar verhandelt, aber es ist auch eine Kooperation mit einem anderen Partner denkbar. **Vielleicht sogar im Paket mit Plus?** Denn Rewe und vor allem Edeka sind auf das Supermarkt-Segment spezialisiert.

Insgesamt konnte die Tengelmann-Gruppe ihren Umsatz 2006/07 weltweit (einschl. der Tochter **A & P** in den USA und Kanada) um 3,2% auf 24,52 Mrd. Euro steigern. In Europa wuchsen die Erlöse des Unternehmens, das vor 140 Jahren als Kolonialwarenhandlung gegründet worden war, um 4,9% auf 19,24 Mrd. Euro. Das EBITDA sank um 15% auf 393 Mio. Euro.

Einen wesentlichen Beitrag dazu leistete die Baumarktkette **Obi** mit einem Umsatzwachstum von 9,4% auf 5,78 Mrd. Euro. Der als Franchiseunternehmen organisierte Marktführer auf dem deutschen Heimwerkermarkt hat aber - wie die Branche insgesamt - seit etwa drei Monaten mit Umsatzrückgängen zu kämpfen. Gründe: Im ersten Halbjahr sind die Wohnungsbaugenehmigungen um 50% gesunken, da viele Bauprojekte auf Grund der Mehrwertsteuererhöhung ab 1. Januar 2007 vorgezogen wurden und die Eigenheimzulage weggefallen ist. Die hohe Wachstumsrate aus dem Vorjahr zu übertrumpfen ist angesichts der Konsolidierung auf dem Markt nicht leicht. **Bei Obi, das machte Haub aber deutlich, ist das Thema Kooperation oder gar Ausstieg der Familie kein Thema.** Hier hat sie ihre Beteiligung gerade auf 75% erhöht.

Boom in NRW – Wetttrüsten mit Shopping Centern?

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Die Zahlen geben schon Anlass zum Nachdenken: 591 000 qm Shopping-Center-Fläche könnten bis 2010 allein in Nordrhein-Westfalen zusätzlich entstehen, wenn alle 25 geplanten Objekte realisiert werden, die **das Institut für Gewerbezentren von Prof. Bernd Falk** in Starnberg aktuell erfasst hat (siehe Handelsimmobilien Report Nr. 6 v. 28.9.2007). Die neuen Center sind quer über das bevölkerungsreichste Bundesland verteilt, in Problemgebieten des Ruhrgebiets mit schrumpfender Bevölkerung, wo sich Städte wie Essen und Duisburg mit neuen Einkaufsmagneten gegen die Konkurrenz des CentrO Oberhausen oder des Rhein-Ruhr-Zentrums behaupten wollen, wie entlang der Rheinschiene, wo die Bevölkerung in den nächsten Jahren noch wächst. Eine Stadt wie **Mönchengladbach** plant mit dem „Forum Mönchengladbach“ (30 000 qm) und einem Fachmarktzentrum mit weiteren 30 000 qm eine deutliche Flächenausweitung. Die Stadt **Viersen** versucht mit einem 6 000 qm großen innerstädtischen EKZ, das als Attraktion mit Lebensmittelmärkten lockt, einen Kontrapunkt gegen die Nachbarstadt zu setzen. Auch Bergisch-Gladbach will mit dem Fachmarktzentrum „Rheinberg Passage“ und dem Center „Rheinberg Galerie“ die Fläche um 27 000 qm ausweiten.



Handelsimmobilien

Report Nr.07

Cities & Center & Developments

VOM 12.10.07

Seite 8 von 12

Stadt News

Schultheis-Quartier nimmt Formen an

Die Entwicklungspartner-schaft der **HLG Projekt Management Gesellschaft Münster** und der **IKB Deutsche Industriebank AG Düsseldorf** haben auf einer öffentlichen Sondersitzung des Ausschusses für Stadtentwicklung, Sanieren, Bauen & Bauplanungspläne der Bezirksverordnetenversammlung Mitte ihre Planungen für ein neues Stadtteilzentrum auf dem Areal der ehemaligen **Schultheiss-Brauerei in Moabit** vorgestellt. Als **Schultheiss-Quartier** soll die Berliner Projektentwicklung hinter denkmalgeschützten Mauern Raum für Dienstleistungs-, Einkaufs-, Gastronomie- und Freizeitangebote bieten. Das denkmalgeschützte Brauerei-Gebäude mit seinen charakteristischen Türmen wird integriert. Ergänzt werden die historisch gewachsenen Strukturen auf dem 23 000 qm großen Areal durch zeitgenössische Architektur.

Genehmigung für FOC im Elsaß

Der Gemeindeverband im elsässischen **Roppenheim** hat dem britischen Investor **Freeport** die Baugenehmigung für ein Factory Outlet Center (FOC) mit 23 000 qm Verkaufsfläche erteilt. Das Projekt bleibt bis zum Schluss umstritten, u.a. auf Grund von Klagen deutscher und französischer Handelsverbänden. Das FOC soll Ende 2009 fertig sein und über 600 Arbeitsplätze bieten. Da Investoren oft am Widerstand der deutschen Baubehörden und Handelsverbände scheitern, suchen sie Standorte in der Nähe zur deutschen Grenze.

Shopping Center gelten in vielen Kommunen offenbar als das städtebauliche Instrumentarium zur Belebung ihrer Innenstädte. Zudem ist der Anlagedruck bei den Entwicklern erheblich, da Shopping Center auf dem deutschen Markt für Handelsimmobilien derzeit die gefragten Anlageobjekte sind. Die Abfolge der Ansiedlungswellen zeigt auch, so stellt **Rolf Pagels, Hauptgeschäftsführer des Einzelhandelsverbands BAG** fest, dass jetzt der Trend in die kleinen Städte hineingeht. Aber die zusätzliche Fläche trifft nicht auf einen wachsenden Einzelhandelsmarkt. Der Umsatz stagniert seit Jahren. „Hier geht es ja nicht um das Eruiieren derzeit brachliegender Kaufkraft“, so Pangel. In Duisburg ist nach Schätzung der **Nord/LB** schon heute ein Flächenüberhang von 46 000 qm festzustellen. Das Ruhrgebiet gehört zu den westdeutschen Regionen, in denen die Bevölkerung schrumpfen wird.

Während das Bundesbauministerium in Berlin die deutschen Kommunen zur Diskussion über eine „nationale Stadtentwicklungspolitik“ animiert, hat es auf der anderen Seite fast den Anschein, als würden manche Kommunen zum Wettrüsten in Sachen Shopping Center anheben. „**Der Futterneid unter den Städten ist schon erheblich**“, stellen Marktbeobachter fest.

Experten wie **Lars Kolk, Leiter der Abteilung für Stadtentwicklung und Stadterneuerung im Stadtplanungsamt der Landeshauptstadt Düsseldorf**, sehen im Shopping-Center-Boom auch eine Zeiterscheinung. Center, die an unterversorgten Standorten wie etwa die **Düsseldorf Arcaden** entstehen und die gut in ihr städtisches Umfeld integriert sind, tragen durchaus zur Aufwertung eines Standortes bei, aber sie sind kein städtebauliches Allheilmittel. Mit Blick auf die Stadtentwicklung der Zukunft glaubt Kolk ohnehin, dass der dauerhafteste Standort in Europa die Innenstadt ist, zumal mit dem Älterwerden der Bevölkerung das Geschäft um die Ecke wieder mehr Bedeutung gewinnt. **Es werden die Städte zu den Gewinnern gehören, die eine gut funktionierende City haben. Dazu gehören dann auch Shopping Center, die sich so weit wie möglich zu den Innenstadtlagen hin öffnen und in die Fußgängerströme eingliedern, als integraler Bestandteil der Stadt.**

Die von Berlin propagierte Diskussion über „nationale Stadtentwicklung“ hat, das zeigen die Beispiele, viel mit dem Thema Kooperation der Kommunen untereinander zu tun. Ein Shopping Center, das den umliegenden Innenstadtlagen das Wasser abgräbt, wird irgendwann mit der Verödung zu kämpfen haben. Und zwei Städte, die sich gegenseitig die Kunden abjagen, werden am Ende auch keinen Gewinner, sondern viele leer stehende Geschäfte sehen. Deshalb wird es bei der Diskussion über „nationale Stadtentwicklung“ wichtig sein, darüber zu reden, wie sich die Kommunen ergänzen können, statt darüber nachzudenken, wie man sich gegenseitig das Wasser abgräbt. Enge interkommunale Kooperationen zur Vermittlung standortsuchender Unternehmen, wie sie die Städte **Bottrop, Essen** und **Gelsenkirchen** jetzt vereinbart haben, geben da schon Anlass zur Annahme, dass die Kommunen auf Dauer lernfähig sind.

Hameln blickt gespannt auf die neue Stadt-Galerie

Bert Pfeffer, Bereichsleiter Nord von Brockhoff & Partner, Essen

Nicht nur die großen Metropolen locken mit ihren attraktiven Einzelhandelsangeboten viele Kunden aus dem Umland, es gibt auch eine ganze Reihe attraktiver Klein- und Mittelstädte, die mit ihrem wachsenden Angebot an nationalen und internationalen Filialisten aufwarten können. Bei der Bewertung der Städte als Einzelhandelsstandort sind die Kennziffern „**Kaufkraft**“ und „**Zentralität**“ entscheidende Bewertungskriterien. Mit den Städten **Soest** und **Lippstadt** begann der „Handelsimmobilien Report“ seine Marktberichte, heute folgen **Paderborn** und **Hameln**.

Die Stadt **Hameln** mit ihren 60 000 Einwohnern weist eine Kaufkraft (Kennziffer: 104,67) auf, die über dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt und hat mit einer Zentrali-



Handelsimmobilien

Report Nr.07

Cities & Center & Developments

VOM 12.10.07

Seite 9 von 12

Personalien

Thomas Rang geht zu Centrum

Der langjährige Projektleiter Einzelhandelsimmobilien **Thomas Rang** (56) ist von **Development Partner** zur **Centrum Grundstücksgesellschaft mbH** gewechselt. Zur Unterstüt-



zung der Geschäftsleitung ist er bei Centrum bundesweit für Akquisition und Projektent-

wicklung neuer Einzelhandelsimmobilien zuständig. Centrum ist eine Grundstücksgesellschaft in privater Hand, die bundesweit ausschließlich Top-Einzelhandelsimmobilien in bevorzugten Städten ankauft und entwickelt. Das Unternehmen kooperiert in enger Partnerschaft mit der Düsseldorfer **Comfort-Gruppe**.

Cordea Savills verstärkt Skandinavien

Der Immobilienfondsmanager **Cordea Savills** hat im Zuge der Erweiterung seiner europäischen Infrastruktur eine Niederlassung in **Schweden** eröffnet. Die neuen Mitarbeiter im Stockholmer Büro - **Håkan Blixt**, **Olle Hållfors** und **Johan Eliasson** – werden für die **skandinavische Region** und die **baltischen Staaten** verantwortlich sein, sowohl hinsichtlich der Anlageaktivitäten als auch in Bezug auf die Betreuung lokaler Kunden. Bislang hat Cordea Savills in Schweden und Finnland Immobilien im Wert von rund 200 Mio. Euro erworben. Geplant sind weitere Investitionen in der Region und die Auflage neuer Produkte mit Schwerpunkt Skandinavien.

tät von 131,88 eine erhebliche Sogwirkung auf das Umland. In der „Rattenfängerstadt“ Hameln bilden **Bäcker-** und **Osterstraße**, die rechtwinklig am **Pferdemarkt** aufeinander treffen, die bevorzugten Einkaufslagen. Die Mieten liegen zwischen 39 und 47 Euro für kleinere Läden (60 bis 120 qm) und 32 bis 39 Euro für größere Einheiten (120 bis 260 qm). Die Bäckerstraße, hier ist die höchste Frequenz zu verzeichnen, beherbergt zwei **Douglas-Parfümerien** sowie **C&A, H&M, Esprit** und **Christ**. Auch die Modelabels **s.Oliver, Bonita** sowie **Orsay** und **Xanaka** haben sich bereits vor einiger Zeit angesiedelt.

Attraktive Mittelstädte		
Kennz.	Hameln	Paderborn
Einwohner	60.000	143.000
Kaufkraft	104,67	99,45
Zentralität	131,88	141,49
Miete/qm*	39 bis 47 €	70 bis 80 €
Miete/qm**	32 bis 39 €	50 bis 70 €

*) 60 - 120 qm; **) 120 - 260 qm Q: Brockhoff

In der Osterstraße befinden sich u. a. **Hertie, New Yorker** sowie als Touristen-Anziehungspunkt das **Rattenfänger-Museum**. Ferner hat **Quick Schuh** hier vor kurzem neue Mieträume bezogen. Das zuvor von **Quelle** genutzte Objekt verfügt über rund 700 qm Verkaufsfläche im Erdgeschoss und zählt somit zu den größten Quick-Schuh-Filialen im Bundesgebiet.

Für Aufregung in der Stadt sorgt derzeit die **Stadt-Galerie-Hameln** von **ECE**, mit einem Investitionsvolumen von 90 Mio. Euro, die im Frühjahr 2008 eröffnet wird. Das Shopping Center mit rund 19 000 qm Verkaufsfläche und 90 Fachgeschäften, Dienstleistungsbetrieben, Cafés und Restaurants sowie 500 Parkplätzen hat eine Anbindung an den Pferdemarkt, dem Verbindungsstück zwischen Bäcker und Osterstraße.

Bereits vor Jahren, als das Vorhaben der ECE bekannt und öffentlich diskutiert wurde, formierte sich insbesondere unter den Einzelhändlern und den Hauseigentümern Widerstand. Nicht ganz unberechtigt, wie an der Zurückhaltung der Filialisten und den teilweise gesunkenen Mieten seitdem zu erkennen ist. So konnte beispielsweise die Vermittlung der von Quelle genutzten Mieträume an Quick Schuh letztendlich nur durch deutlich reduzierte Mietzinskonditionen realisiert werden.

Die weitere Entwicklung der Mieten hängt insbesondere davon ab, wie stark das neue Center von der Bevölkerung angenommen wird und wie sich die Passantenströme verändern werden. Es ist zu befürchten, dass die am weitesten vom Pferdemarkt entfernten Bereiche der beiden Fußgängerzonen Bäcker- und Osterstraße am meisten unter abnehmender Frequenz leiden werden und somit dort auch das Mietpreisniveau abnehmen dürfte. **Inwieweit das Center neue Kunden aus dem Umland anzieht und somit zumindest einen Teil der abnehmenden Frequenz in den Fußgängerzonen ausgleicht, bleibt abzuwarten. Im besten Fall könnte dadurch das derzeitige Mietniveau gehalten werden.**

Die Bischofsstadt **Paderborn** mit ihren 143 000 Einwohnern bringt es auf eine Zentralität von 141,49, was besagt, dass neben der Wohnbevölkerung zusätzlich nochmals etwa 41 Prozent der Kunden aus dem Umland kommen. Mit einer Kaufkraftkennziffer von 99,45 liegt die Kaufkraft der Stadt in etwa auf Bundesdurchschnitt (= 100). Als Mittelzentrum verfügt die Stadt über ein relativ großes Einzugsgebiet.

Die 1a-Lage der Bischofsstadt erstreckt sich über die Fußgängerzonen **Westernstraße, Marienplatz** und **Rathausplatz**, die jeweils ineinander übergehen. Die Quadratmetermieten für kleinere Objekte (60 bis 120 qm) liegen zwischen 70 und 80 Euro und für größere Objekte (120 bis 260 qm) zwischen 50 und 70 Euro.

In der Westernstraße sind der **Kaufhof, P&C, H&M** sowie die Filiale der regionalen Kaufhaus-Kette **Klingenthal** vertreten. Neben weiteren Verkaufsstellen namhafter bundesweit expandierender Einzelhandelsfilialisten wird demnächst auch **s.Oliver** in der Westernstraße auf ca. 1 500 qm vertreten sein. Bereits im vergangenen Jahr konnte sich das Modelabel **Vero Moda/Jack & Jones** am Marienplatz ansiedeln.



Handelsimmobilien

Report Nr.07

Cities & Center & Developments

vom 12.10.07

Seite 10 von 12

Unternehmens News

Auf Grund der hohen Zentralität genießt Paderborn weit über die Stadtgrenzen hinaus einen guten Ruf als Einkaufsstadt. Das belegen auch die hohe Frequenz in der Fußgängerzone und die überdurchschnittlichen Umsätze. Beides bildet ein gutes Fundament für nachhaltig hohe Mietpreise in den 1A-Lagen, die vereinzelt bei besonders guten Standortbedingungen das aktuelle Mietniveau noch übertreffen können. Die Konkurrenz durch ein innerstädtisches Shopping Center gibt es nicht.

Douglas Holding AG setzt sich vom Markttrend ab

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Dass es auf einem schwierigen Einzelhandelsmarkt wie dem deutschen, Unternehmen gibt, die sich im Rahmen einer eigenen Firmenkonjunktur vom schwachen Trend absetzen können, zeigt der **Douglas-Konzern** recht anschaulich. Im Geschäftsjahr 06/07 (30.9.) erzielte das Unternehmen im Inland auf vergleichbarer Fläche, also ohne Eröffnung neuer Filialen, ein Umsatzwachstum von 2,3%. Der gesamte deutsche Einzelhandel verzeichnete bis Ende August dagegen einen Umsatzrückgang von nominal 0,9% und der **Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)** erwartet für das Gesamtjahr 2007 nur noch ein schwaches Umsatzwachstum von 0,5%. Einschließlich des Umsatzes im stärkeren Ausland wuchsen die Erlöse des Douglas-Konzerns auf vergleichbarer Fläche um 3,3%. Das teilte Douglas in seinem „Trading Statement“ für das GJ 06/07 mit.

Douglas Holding AG			
Umsatz	2006/07	2005/06	%
Konzern	3 Mrd. €	2,68 Mrd. €	12
Parfümerien	1,68 Mrd. €	1,56 Mrd. €	8
Bücher	695 Mio. €	551 Mio. €	26,6
Schmuck	304 Mio. €	296 Mio. €	2,6
Mode	215 Mio. €	191 Mio. €	12,9
Süßwaren	100 Mio. €	79,8 Mio. €	25,7

Bezieht man die Expansion des Fachgeschäftskonzerns über Filialeröffnungen und Übernahmen von Wettbewerbern im In- und Ausland mit ein, dann wuchsen die Erlöse um insgesamt 12% auf 3 Mrd. Euro. Damit dürften auch die Voraussetzungen günstig sein, dass der Fachgeschäftskonzern sein angestrebtes Ziel, das Ergebnis vor Steuern (EBT) auf 139 bis 142 Mio. Euro zu steigern, erreichen wird. Im Vorjahr lag der Wert bei 119 Mio. Euro. Unternehmen wie Douglas, das verdeutlichen die Zahlen, dürften davon profitieren, dass die Bundesbürger wieder stärker bereit sind, in gute Qualität und Service zu investieren und die Geiz-ist geil-Welle langsam ausrollt. Douglas ist heute in 21 Ländern West- und Osteuropas vertreten und verzeichnete die größten Zuwachsraten in Polen, den Niederlanden, Italien, Spanien, Frankreich und Russland.

Die Hauptwachstumsmotoren des breit aufgestellten Konzerns sind die **Parfümerien**, die erneut durch Flächenexpansion aber auch durch internes Wachstum um insgesamt 8% auf 1,68 Mrd. Euro wachsen konnten. Die **Thalia**-Buchhandlungen wuchsen durch die Eröffnung neuer Filialen und die Akquisition von Wettbewerbern um 26,2% auf nahezu 700 Mio. Euro. Hier zeigt sich, dass die Konsolidierung auf dem Markt für Buchhandlungen, die ja noch von der Preisbindung profitieren, weiter geht. Auch im Modebereich der mit einem Umsatz von 215,1 Mio. Euro nur ein kleines Geschäftsfeld im Konzern ausmacht, wuchsen die Erlöse mit zweistelligen Raten um 12,9% - immerhin kein leichtes Marktsegment in Deutschland. Im Süßwarengeschäft der Tochter Hussel, aus dem der europäische Konzern einst entstanden ist, baut Douglas sein Position mit 295 Comfiserien und 100,3 Mio. Euro Umsatz insbesondere in Österreich aus. Aber auch in Deutschland wurden 13 neue Läden eröffnet.

Fazit: Handelskonzerne, die mit tragfähigen Konzepten ohne aggressive Preisstrategie am Markt auftreten und ihre Chancen im konsumstärkeren Ausland gut auszunutzen verstehen, können problemlos ihre Erfolgsstory schreiben – auch wenn sie nicht zu Europas Handlungsgiganten gehören.

Redevco findet Mieter für Scala

In der Stuttgarter „**Scala**“, der exklusiven Redevco-Büro- und Einzelhandelsentwicklung, haben die Immobilienprofis aus Düsseldorf 280 qm an die Personalberatung **saphir consulting GmbH** zunächst für fünf Jahre vermietet. Weitere Büroflächen wurden vermietet im **Business Park Mörfelden nahe Frankfurt am Main** sowie im **Hansakontor in Dortmund** an die Spedition **Nordic Solutions GmbH** (250 qm) und an die **Tradefinity GmbH** (400 qm) für fünf Jahre bzw. ein Jahr.

Die **ECS European Construction Services GmbH**, die bereits Mieterin im Mörfeldener Redevco-Objekt ist, hat weitere 290 qm für zehn Jahre übernommen. Im Dortmunder Hansakontor wird auf 240 qm eine zahnärztliche Praxis eröffnet. Der Mietvertrag läuft zehn Jahren.

Deals

Oldenburg: Die **Platinum Property Grundstücks GmbH & Co. KG**, München hat das Geschäftshaus in der Bahnhofstraße 12 mit 1 150 qm Fläche in Oldenburg von einem Privatinvestor gekauft. Ankermieter ist der Discounter Plus. **Kemper's** vermittelte.

Frankfurt: Das Kosmetiklabel **L'Occitane** eröffnet einen Store in der Frankfurter Kaiserstraße 14 auf ca. 115 qm. **Milano** Krawatten und Accessoires eröffnet einen Standort mit 50 qm in der Große Bockenheimer Straße 25. **Kemper's** vermittelte.

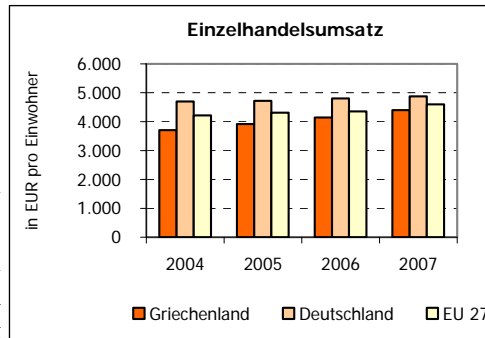


Athen – Schatzkiste zwischen Orient und Okzident Entwicklung neuer Shopping Center verläuft nur schleppend

Manuel Jahn, GfK GeoMarketing GmbH/GfK PRISMA Institut

Griechenland – südöstlicher Vorposten Europas an der Nahtstelle zwischen den abend- und morgenländischen Kulturen – ist spätestens durch die Olympiade 2004 stärker in den europäischen Fokus gerückt. **Dabei profitiert das Land in besonderem Maße von seiner Mitgliedschaft in der EU sowie der Eurozone, was sich in stabilen realen Wachstumsraten von 3,7 bis 3,8% jährlich niederschlägt.** Allerdings liegt das Bruttoinlandsprodukt je Einwohner mit rd. 17 500 Euro noch um rd. 25% unter EU-Durchschnitt mit der Folge eines recht niedrigen Lohnniveaus vor allem im Vergleich zu den Lebenshaltungskosten.

Schätzungen gehen davon aus, dass bis zu 30% des Bruttoinlandsprodukts steuer- und abgabenfrei, d.h. „schwarz“ erwirtschaftet werden. Tatsächlich liegen die griechischen Pro-Kopf-Konsumausgaben (rd. 11 700 Euro p.a.) nur etwa 15% unter EU-Durchschnitt, Einzelhandelsausgaben (rd. 4 400 Euro p.a.) liegen nur etwa 7% darunter. **In der Hauptstadt Athen sowie der umliegenden Region Attika, die im griechischen Vergleich signifikant überdurchschnittliche Einzelhandelsausgaben pro Kopf aufweisen (Kaufkraftindex Athen 128,8), trifft der örtliche Retail dagegen auf ein Nachfragevolumen, das sich in der Europäischen Liga der Einkaufsmetropolen sehen lassen kann.**



Der Großraum Athen mit seinen knapp 4 Mio. Einwohnern stellt das wirtschaftliche Herz Griechenlands dar, in dem gut ein Drittel der Einwohner des Landes und knapp die Hälfte der Einzelhandelsausgaben registriert werden. Grundsätzlich besteht bei einem hohen Anteil der Einzelhandelsausgaben von knapp 36% an allen privaten Konsumausgaben mehr Spielraum als anderswo, u.a. auch deshalb, weil durch eine im internationalen Maßstab geringere Ausstattung mit Wohnfläche und PKW weniger Geld in langfristigen Gütern gebunden sind.

Trotz der hohen Konsumbereitschaft, besteht nach überschlägigen Einschätzungen von GfK PRISMA ein signifikantes Aufholpotenzial in Sachen Verkaufsflächenausstattung, die in Griechenland derzeit bei nur rd. 0,84 qm je Einwohner liegt (zum Vergleich: EU 27 mit 1,06 qm). Hierbei ist noch zu berücksichtigen, dass

das Gros der Einzelhandelsflächen sehr kleinteilig strukturiert ist und von individuellen Händlern und familiengeführten Kleinunternehmen geprägt ist. Da Großflächen unterrepräsentiert sind, liegt die durchschnittliche Flächenproduktivität bei gut 4 900 Euro je qm. Der Wert liegt in der Hauptstadt sogar noch signifikant höher.

Auch im Großraum Athen ist der Einzelhandel noch meist kleinteilig strukturiert, sowohl in den innerstädtischen



Hauptlagen, als auch in den zahlreichen Stadtteil- bzw. Gemeindezentren. In der innerstädtischen Hauptlage **Ermou** sowie den beiden Stadtteilzentren von **Kifisia** und **Glyfada** ballt sich ein starkes internationales Markenangebot, das auch ungeachtet z.T.

bcsd-Herbsttagung in Bielefeld

Am 5. und 6. November 2007 findet die nächste **bcsd-Herbsttagung** mit Erfahrungsaustausch in **Bielefeld** statt. Das Thema der Veranstaltung: „Nur wahre Egoisten kooperieren erfolgreich“. Jeder, der mit Stadtmarketing zu tun hat, weiß, dass viele Ziele nur in der Kooperation mit Partnern zu erreichen sind. Und immer, wenn man nicht alleine am Steuersitz, entstehen auch Herausforderungen und Probleme. Deshalb will sich der bcsd mit wichtigen Fragen beschäftigen: Wie kann ich bei Kooperationen meine Interessen vertreten? Wie erzeuge ich eine Win-Win-Situation für alle? Wie verhindere ich, dass Trittbrettfahrer von der Kooperation profitieren, ohne ihren Beitrag zu leisten? Tagungsort: Stadthalle Bielefeld.

BID-Praxiskongress in Gießen

Am 8. und 9. November 2007 findet in Gießen der **1. BID-Praxiskongress** Deutschlands statt. Thema der zweitägigen Veranstaltung sind die praxisnahe Vermittlung konkreter Umsetzungslösungen für die BID-Arbeit. Sowohl BID-Initiativen als auch Verantwortliche in den Kommunalverwaltungen erhalten auf diesem Wege detaillierte Fingerzeige für Ihre Arbeit. Die Inhalte sind über die hessischen Gegebenheiten hinaus für Quartiere und Städte in allen Bundesländern relevant. Veranstaltungsort ist das **Forum Volksbank**, Schiffenberger Weg 110 in **Gießen**. Anmeldung über die IHK Gießen-Friedberg, Mail: saefken@giessen-friedberg.ihk.de.



Handelsimmobilien

Report Nr.07

Cities & Center & Developments

VOM 12.10.07

Seite 12 von 12

Sonstiges

Retail Award für Diplomarbeiten

Sven Gaßmann und Larissa Hohmuth sind die ersten Preisträger des künftig jährlich verliehenen **Kemper's Retail Award**. Kemper's zeichnet damit die beiden besten Diplomarbeiten im Studiengang Immobilienwirtschaft an der **Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen** aus. Mit der Verleihung soll der akademische Nachwuchs unterstützt und das Interesse an immobilienwirtschaftlichen Themen gefördert werden. Der Award ist mit 2 000 Euro dotiert. Die Preisverleihung fand auf der **Expo Real** in München statt.

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

sehr problematischer Ladenzuschnitte um die frequentiertesten Locations wetteifert. Großflächenkonzepte wie **Fokas**, **Hondos** und allgegenwärtig **Zara** weisen häufig 6 bis 10 Verkaufsebenen auf, um ihre Sortimentstiefe hinreichend präsentieren zu können. **Sehr hohe Miet- und Bodenpreise, nennenswerte „Handgelder“ und die Notwendigkeit bester Beziehungen erschweren zusätzlich die planmäßige Expansion von Handelsunternehmen in diesem sehr lukrativen Markt.**

Tatsächlich bietet der Typus Shopping Center derzeit noch keine spürbare Entlastung auf dem Vermietungsmarkt. Insbesondere die restriktive Genehmigungspraxis und der schwierige Marktzugang für ausländische Investoren hat die Ausbreitung von Shopping Centern bisher weitgehend unterbunden. Lediglich eine Center-Anlage, „**The Mall**“ im Vorort **Marousi** (rd. 58 000 qm GLA = Bruttomietfläche), entspricht hinsichtlich Konzeption, Branchenmix und Management internationalen Maßstäben. Mit Ab-

Geplante Shopping Center in Griechenland			
Objekt	Stadt/Region	Größe qm	Entwickler
Kantza Center	Kantza	100.000	Sonae Sierra
Olympic Mall	Athen	65.000	Vovos Group
Yialou Retail Park Spata	Spata	64.000	REDS Real Estate
Bahnhof Piräus	Piräus	bis 60.000	Ausschr. Läuft
IBC Center	Marousi	40.000	ECE/Lambda
Helios Plaza	Piräus	38.000	Plaza/Red Sea Gr.
Pireos 180	Athen Südwest	24.000	Theodoridis Gr.
Park Avenue	Galatsi	38.000	Sonae/Charagionis
Athen Outlet Village	Spata	25.000	Mc Arthus Glen
Plaza Center	Nea Filadelfia	20.000	Plaza-Gruppe
Kifissos Center	Ioannis Rentis	18.000	N.N.

strichen ist des Weiteren das kürzlich auf rd. 26 500 qm GLA erweiterte **Carrefour Center Sanyo Plaza**, unweit der „Mall“ anzuführen, das seit kurzem unter „**Avenue**“ firmiert.

Häufiger sind in integrierten Lagen kleinere, z.T. mehrgeschossige Ladenzentren oder Passagen aus den 80er-Jahren anzutreffen, die jedoch hinsichtlich Besitz- und Angebotsattraktivität ihre besten Jahre hinter sich gelassen haben und oftmals auch schwerwiegende konzeptionelle Schwächen aufweisen. Eine Athener Besonderheit stellen die in den vergangenen Jahren errichteten **Entertainment-Center** (meist mit Kino, Bowling und Gastronomie) dar, die allerdings nur einen geringfügigen Einzelhandelsanteil aufweisen, darunter „**Escape Center**“ in Ilion, „**Village Park**“ in Ioannis Rentis, „**Star City**“ in Smyrni oder „**Kosmopolis**“ in Marousi.

Die geschilderte spezifische Einzelhandelssituation spiegelt sich dann auch in der Verkaufsflächenstruktur der Region wider: Gemäß GfK PRISMA-Datenbank weist der Großraum Athen (inkl. Piräus) rd. 4,5 Mio. qm Einzelhandelsfläche auf, wovon nur rd. 450 000 qm als „moderne“ Flächenbestände zu bezeichnen sind und nur rd. 180 000 qm auf „gemanagte“ Flächen in Shopping Centern, Entertainment-Centern, Fachmärkten und Hypermärkten entfallen. Knapp 120 000 qm finden sich in Center-Anlagen mit mehr als 10 000 qm GLA.

Qualitativ wie quantitativ besteht insofern ein signifikanter Nachholbedarf in Sachen moderner Center-Anlagen. Tatsächlich sind eine Reihe von Projektentwicklungen in der Vorbereitung, wonach – sollte es zu entsprechenden Realisierungen kommen – die Karten sicherlich neu gemischt würden.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der Einzelhandel in den Top-Lagen von den Grundeigentümern und Vermietern bestimmt und kontrolliert wird. Auf Grund der grundsätzlich bedächtigen und zudem restriktiven Genehmigungspraxis ist aller Voraussicht nach nicht mit einer explosionsartigen Marktöffnung für Shopping-Center-Entwicklungen zu rechnen. Jene Center, die in den kommenden Jahren dennoch in den Markt kommen, werden insofern auf eine anhaltend starke Nachfrage treffen, die es ermöglichen wird, auch dort bemerkenswerte Renditen zu erzielen, wo Lage und Konzeption nicht von allerhöchster Güte sind.

Vor dem Hintergrund der skizzierten langfristigen Realisierungszeiträume scheint der Zeitpunkt aber sowohl für Retailer als auch für Investoren noch immer günstig, sich jetzt hinsichtlich Standort und Partnerwahl strategisch zu positionieren.