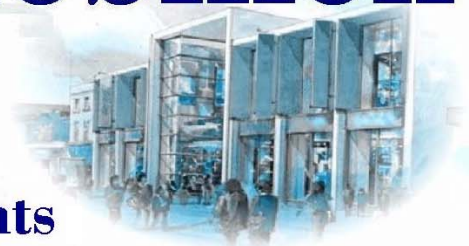


# Handelsimmobilien Report

## Cities & Center & Developments



Liebe Leser,

die Liquidation der Warenhaus-Kette **Hertie** und der dramatische Kampf um die Rettung von **Arcandor** auf höchster politischer Bühne in **Berlin**, der am Ende doch in der **Insolvenz** endete, **haben die Bedeutung des innerstädtischen Einzelhandels und der Handelsimmobilien für die Attraktivität und Überlebensfähigkeit deutscher Innenstädte überdeutlich ins Bewusstsein der Politik gerückt.**

Am deutlichsten belegt das der beherzte Marsch der **45 Bürgermeister von Hertie-Standorten** nach Frankfurt zur **Deutschen Bank**. Gerade gegen die Bank, die dem britischen Investor **Dawnay, Day** den Kredit für die Übernahme der zuletzt als Hertie geführten Warenhäuser gewährt und verbrieft hatte, erhebt der **Hertie-Gesamtbetriebsrat** Vorwürfe, weil sie nichts für die Rettung des Unternehmens getan habe - ja nicht einmal zu Gesprächen bereit gewesen sei.

Die letzte Hoffnung der Kommunalpolitiker, dass sich Deutschlands führende Bank einsetzen möge, um die Liquidation von Hertie zu verhindern, zeigt nun erste Erfolge. Deutschland-Chef **Jürgen Fitschen** empfing die Politiker. Vereinbart wurde ein erneutes Treffen zwischen dem Hertie-Insolvenzverwalter **Biner Bähr**, dem Investor **Dawnay, Day** und den Bürgermeistern der Hertie-Standorte unter Federführung der Deutschen Bank. Das Problem zwischen den Immobilieneigentümern und dem Insolvenzverwalter war vor allem, dass die Fronten verhärtet waren und ein Vermittler fehlte, der zwischen den Parteien vermittelt hätte. Dieser Versuch soll nun gestartet werden.

**Es bedarf offenbar der geballten Wucht der Warenhaus-Krise, die dazu führt, dass nach der Insolvenz von Hertie, Wehmeyer, Sinn-Leffers und nun auch Karstadt weit über 100 großflächige Handelsimmobilien in zentralen innerstädtischen Lagen leer stehen werden, um endlich alle Kräfte zu mobilisieren.** Das nährt die Hoffnung, dass unter diesem Druck **Einzelhandel, Immobilienwirtschaft** und die **Kommunen** bei der Lösungssuche zusammenfinden. Beim Thema Stadtentwicklung sind sie bislang „leider“ noch viel zu oft getrennt marschiert.

So trifft es sich gut, dass der „**3. Bundeskongress für Nationale Stadtentwicklungspolitik**“ am 25. Juni in der **Zeche Zollverein in Essen** unter diesem Vorzeichen stattfindet – und sich hoffentlich auch mit diesem Thema beschäftigt. Denn beim ersten und zweiten Bundeskongress in Berlin (2007) und München (2008) spielte der Wirtschaftsfaktor **innerstädtischer Einzelhandel** nebst **Immobilien-Szene** für die bundesdeutsche Stadtentwicklungspolitik keine Rolle. **Dabei belegt eine Untersuchung der Cima GmbH, dass aus Sicht der Bürger vor allem die guten Einkaufsmöglichkeiten eine Innenstadt für sie attraktiv machen.**



*Ruth Vierbuchen*

**Dr. Ruth Vierbuchen,**  
Chefredakteurin

Nr. 48 vom 12.06.2009

**Kostenlos per E-Mail**

ISSN 1860-6369

### Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Arcandor/Karstadt: Der lange Weg zum kurzen Abschied	2
Kauf- und Warenhäuser: Geeignete Nachnutzungen gesucht	5
Das Comeback der City - Raus aus der Uniformität	8
Eine gute Stadtentwicklung erkennt man an der guten 1B-Lage	10
Edeka: Ehrgeizige Wachstumsziele für 2009	12
Das Interview mit Ralf Lübbing: „Die selbstständigen Kaufleute sind Edekas größte Stärke“	13
DOC Berlin ändert das Gesicht - Deutsche Outlet-Szene im Widerstreit	14
Finanzierung im Einzelhandel: Banken schauen sehr genau hin	15
Impressum	16

Viel Spaß beim Lesen wünschen

**Werner Rohmert,**  
Herausgeber



und die Partner vom  
**Handelsimmobilien Report**



#### HDE/BAG-Studie Beliebte Innenstädte

Die Innenstädte sind nach wie vor die **wichtigsten Standorte für den Einzelhandel** und bei der großen Mehrheit der Verbraucher bevorzugte Einkaufsorte. Das bestätigte jetzt die ak-



tuelle **Kundenverkehrsuntersuchung** der Handelsverbände **HDE** und **BAG**. Für sie wurden an 3 Tagen (Donnerstag bis Samstag) in rd. 100 deutschen Städten nahezu 6 Mio. Besucher des Einzelhandels erfasst und rd. 200 000 befragt. Laut Studie kaufen rd. 25% der Konsumenten alles, was sie brauchen in City-Geschäften ein. Mit Blick auf die Sortimente zeigt sich, dass die Innenstädte vor allem für Mode und Schuhe die wichtigsten Einkaufsorte sind. Eher weniger Verbraucher kaufen hier den täglichen Bedarf. Vor allem Frauen (67%) bevorzugen City-Shopping, Tendenz steigend. 58% der Befragten sind Single-Shopper. HDE und BAG rufen dazu auf, die Vielfalt der Innenstädte zu erhalten. Sie sei wichtiger Bestandteil der Anziehungskraft. Notwendig sei ein umfassendes, innovatives und aufeinander abgestimmtes Waren- und Dienstleistungsangebot. **Alle in einer Stadt ansässigen Institutionen müssten zum Erhalt und zur Aufwertung urbaner Lebensformen noch enger zusammenarbeiten.**

## Arcandor: Der lange Weg zum kurzen Abschied – Sanierung im Planverfahren – Eick holt sich Insolvenzexperten

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

*Bis zuletzt hatten die Karstadt-Mitarbeiter für ihr Unternehmen gekämpft. Am Ende wollten Großaktionäre, Banken und Investoren nicht nachlegen, um ihr Engagement bei Arcandor zu erhöhen und so blieb nur noch der Gang zum Insolvenzgericht. Damit endet für den 130 Jahre alten Warenhauskonzern vorläufig ein langer Weg des Abstiegs. Ein Planinsolvenzverfahren in Eigenverwaltung – wie bei Sinn-Leffers – soll jetzt den Neuanfang des Gesamtkonzerns bringen.*

Eine „große Herausforderung“ nannte **Arcandor-Chef Karl-Gerhard Eick** während der Hauptversammlung Mitte März noch die Verhandlungen über die Verlängerung des 650 Mio. Euro-Kredits in diesem Juni, als „mission impossible“ sah er sie nicht. Offenbar sahen die Aktionäre die Lage realistischer, als sie den ehemaligen Telekom-Vorstand angesichts der ernüchternden Zahlen im Jahresabschluss 2007/08 und der Perspektive fragten: „**Warum tun Sie sich diesen Job an?**“



Bis zu jenem 18. März 2009 hatten die Aktionäre des Warenhaus-Konzerns **Karstadt**, der heute **Arcandor** heißt, schon viel mit gemacht: 1997 den Versuch des früheren Aufsichtsratsvorsitzenden **Guido Sandler**, Vertreter des **damaligen Karstadt-Großaktionärs Hertie Stiftung**, den Vorstandschef **Walter Deuss** zu stürzen. Das Unternehmen versank in monatelange Lähmung. Kurze Zeit später den Einstieg des neuen Großaktionärs **Schickedanz**, den die meisten damals noch als Rettung ansahen. Dann der Abgang des Vorstandsvorsitzenden Deuss, der die Verantwortung dafür übernahm, dass der fusionierte **Karstadt-Quelle-Konzern** die im Verschmelzungsbericht genannten hohen Ergebniszahlen im Jahr 2000 nicht erreicht hatte.

Und der Wechsel zum ehemaligen **Kaufhof- und Metro-Manager Wolfgang Urban**, über den dessen früherer **Aufsichtsratsvorsitzender Erwin Conradi** in einem öffentlichen Schlagabtausch sagte, dass er dazu neige, sich zu viel Arbeit aufzuhalsen und dann zu verzetteln. In den turbulenten Fusionsjahren der Metro, so Conradi während der Hauptversammlung 1998 über seinen früheren Günstling, habe Urban sein bereits gewaltiges Arbeitspensum noch deutlich erhöht. Deshalb habe er ihn aus „Fürsorgepflicht“ in einem Brief gebeten, seine Arbeitsbelastung zu reduzieren und er habe die Aufgabenverteilung im Metro-Vorstand zu Urbans Entlastung verändert.

Entsprechende Warnungen hinderten **Hans Meinhardt**, damals **Aufsichtsratschef von Karstadt** und Vertrauter der Schickedanz-Familie jedoch nicht, Urban 2000 an die Konzernspitze zu holen. Der machte sich mit verbissenem Ehrgeiz daran, trotz Konjunkturflaute, die viel zu hoch gesteckten Ergebnisziele des Verschmelzungsberichts doch zu erreichen. Dass er dabei die stillen Reserven des an Immobilien reichen Warenhaus-Konzerns hob, das Geld verbrannte und den Konzern in die roten Zahlen führte, erlebten die Karstadt-Aktionäre mit Schrecken im September 2004.



Als dem Branchenfremden **Thomas Middelhoff**, Vertrauter von Großaktionärin **Madeleine Schickedanz**, 2005 der Chefessel übertragen wurde, war Branchenkenner





# Handelsimmobilien

## Report Nr. 48

Cities & Center & Developments

VOM 12.06.09

Seite 3 von 16

### Sonstiges

#### Potenziale ehemaliger Warenhausstandorte

**Nina Hangebruch, Hafen-City Universität Hamburg (HCU)**, untersucht im Rahmen ihres Promotionsvorhabens **Perspektiven und Entwicklungspotenziale ehemaliger Warenhausstandorte**. Hintergrund der Untersuchung sind die seit Jahren rückläufigen Marktanteile und Verkaufsstellen der Warenhäuser in Deutschland. Mit der Insolvenz der Warenhausunternehmen **Hertie** und **Arcandor** resp. **Karstadt** hat die Krise der Warenhäuser einen neuen Höhepunkt erreicht.

klar, dass er es mit Hilfe einer Strategie des **Financial Engineerings**, dem Verkauf der Immobilien und der Abgabe verlustbringender Beteiligungen zwar schaffen würde, das Unternehmen auf fragilem Boden für kurze Zeit zu stabilisieren. Doch dass das Gebilde – wie erwartet - keine nachhaltige Stabilität hatte, erlebten die gebeutelten Karstadt-Aktionäre dann im September 2008, als der Konzern zum ersten Mal um die Verlängerung seiner Kreditlinien bangen musste. Nur der Einstieg von **Sal. Oppenheim** verhinderte das Schlimmste.

Der Verkauf der Immobilien an eine Investorengruppe bescherte Karstadt durch die vereinbarten Mieterhöhungen eine weitere Dauerbelastung. Dass Middelhoff zudem an einem Fonds beteiligt ist, dem 5 Karstadt-Immobilien gehören, für die der Warenhausbetreiber hohe Mieten zahlen muss, rundet das unschöne Bild ab.

**Im Kern des Karstadt-Problems steht die unprofessionelle Führung durch den Großaktionär Schickedanz, der selbst ein Führungsproblem hat, seit Firmengründer Gustav Schickedanz es versäumte, seine Nachfolge nachhaltig zu regeln.** Ein Problem, das bei vielen Familienunternehmen eine existenzielle Rolle spielen kann. Während Wettbewerber **Werner Otto** eine wirklich mustergültige Nachfolgeregelung zustande brachte, als er die Geschäfte des **Otto Versands** zunächst an den kompetenten Familienfremden **Günter Nawrath** weiter gab und sich mit der Gründung der **ECE** neuen Aufgaben widmete, schuf er den Raum für eine reibungslose Nachfolge durch seinen Sohn **Michael Otto**.

Bei Schickedanz ging die Nachfolge zunächst an die engagierte Ehefrau **Grete** über,

### Wachstumsfreundlich.

Wir, die **GRR AG**, investieren in Basic-Retail-Objekte – das heißt Märkte der Grundversorgung – mit **expansionsfreudigen** Einzelhandelsmietern an zukunfts-fähigen Standorten. Weil wir an **langfristig** haltbaren Immobilien interessiert sind. Der Fokus auf solide, dauerhafte Cashflows zahlt sich aus – für unsere Investoren und für unsere Mieter.

**GRR AG: Mit uns können Sie rechnen.**

AG  
GRR



# Handelsimmobilien

## Report Nr. 48

### Cities & Center & Developments

VOM 12.06.09

Seite 4 von 16

#### Sonstiges

##### ZIA: Kein Grund zur Selbstzufriedenheit

Der „Bericht über die Wohnungswirtschaft in Deutschland“ der Bundesregierung beschönigt nach Ansicht des **ZIA Zentraler Immobilien Ausschuss e.V.** die wirtschaftliche Lage. Zwar sei es richtig, dass die Immobilienmärkte noch relativ stabil seien, doch verkenne der Bericht, dass sich für die gewerbliche Immobilienwirtschaft das volle Ausmaß der Krise erst in einigen Monaten zeigen werde, wenn es wegen der wirtschaftlichen Situation der Mieter zu Mietausfällen kommt und sich, worauf die Bundeskanzlerin zu Recht hingewiesen habe, die Finanzierungssituation noch einmal



Schon jetzt leidet die Branche laut ZIA unter den Abwertungen ihrer Bestände, wodurch die Neu- und Anschlussfinanzierungen erheblich erschwert werden. „Seit Monaten sind größere Darlehen kaum oder nur unter schlechten Konditionen zu erhalten“, sagt **ZIA-Geschäftsführer Axel von Goldbeck** Anzeichen, dass sich die Situation noch in diesem Jahr ändern könnte, sehen wir nicht. Eher das Gegenteil ist der Fall“.

später übernahmen die jeweiligen Ehemänner der Schickedanz-Erbinnen die Führungsposition in der **Schickedanz-Holding**. Tochter **Madeleine Schickedanz**, Großaktionärin von Arcandor, hatte keine unternehmerischen Ambitionen. Zwar holte sich die Familie für das operative **Quelle-Geschäft** namhafte Manager ins Haus, doch mischte sie sich über die Holding immer wieder ins Tagesgeschäft ein, so dass sich die Quelle-Chefs und die Vorstände die Klinke in die Hand gaben.

Auch als die Schickedanz-Familie Großaktionärin beim börsennotierten Karstadt-Quelle-Konzern wurde, änderte sich an dieser Einflussnahme nichts Grundlegendes. So wurden Urban und Middelhoff als Chefs eingesetzt. Und auch der Kauf der Schickedanz-Tochter **Sinn-Leffers** nutzte nur der Familie, die damit eine kostspielige Sorgen-tochter los wurde, kostete Karstadt aber sehr viel Geld. **bleibt die drängende Frage, warum der Aufsichtsrat des börsennotierten Konzerns nicht besser kontrollierte und gegen steuerte?**

Insofern haben die Karstadt-Aktionäre in den vergangenen 10 Jahren den stetigen Niedergang ihres Unternehmens - bis zum Tag des Insolvenzantrags am 9. Juni beim Amtsgericht Essen - miterlebt und waren am 18. März weit weniger optimistisch für die weitere Entwicklung ihres Konzerns und die anstehenden Herausforderungen als Vorstandschef Eick.

### Piepenburg sieht gute Chancen, Sanierungsziele zu erreichen

Am Ende eines dramatischen Kampfes um Staatsbürgschaften musste Eick jedoch erkennen, wie schwer es war, das Ruder noch herum zu reißen. Die von der **Bundesregierung** zu recht geforderte stärkere Beteiligung der Eigentümer **Sal. Oppenheim** und **Schickedanz** sowie die Kompromissbereitschaft der Immobilien-Eigentümer bei der Miete, waren offenbar nicht mehr zu erreichen. So sah Eick, das wurde bei der kurzfristigen Pressekonferenz in Essen deutlich, dann nur noch den Ausweg, sich über die Planinsolvenz in Eigenverwaltung von dem Druck zu befreien.



Dass er sich den erfahrenen Düsseldorfer Insolvenzverwalter **Horst Piepenburg** als **Generalbevollmächtigten** (Foto) holte, zeigt, dass es ihm mit der Rettung des Gesamtunternehmens unter den Ausnahmeregeln der Insolvenz sehr ernst ist. Von der Insolvenz betroffen sind die **Arcandor AG**, die **Karstadt Warenhaus GmbH**, die **Primondo GmbH** (Spezialversand) und die **Quelle GmbH**. **Thomas Cook** trifft es nicht. Ziel ist es, das im April vorgelegte Sanierungskonzept nun schneller durch zu ziehen. Im Zuge der Insolvenz steht dem Unternehmen Insolvenzzgeld von 250 Mio. Euro zur Verfügung.

**Piepenburg sieht gute Chancen, das Ziel zu erreichen: „Ich übernehme keine aussichtslosen Mandate“, versicherte er.** Schon bei der Anhörung vor dem Amtsgericht Essen hätten die Gläubiger signalisiert, dass sie bereit seien, an dem Konzept mit zu arbeiten. Mit **Klaus Hubert Görg** von der **Kölner Sozietät Görg Rechtsanwälte** bestimmte das Gericht einen erfahrenen Insolvenzverwalter.

Eine zentrale Rolle wird nun den Immobilieneigentümern zukommen, die über den „**Highstreet Fund**“ das Gros der Karstadt-Immobilien halten. Der Insolvenzverwalter wird zweifellos über niedrigere Mieten verhandeln wollen. Die Frage ist, ob die Investoren, die 4,5 Mrd. Euro für die Immobilien ausgegeben haben, Spielraum nach unten haben, wenn sie ihre Finanzierung nicht gefährden wollen. Hier könnte es zu einer Zerreißprobe wie bei **Hertie** kommen. Karstadt zahlt derzeit keine Miete mehr.

Derweil bekräftigt der **Metro-Konzern** sein Interesse an der Übernahme von 60 Karstadt-Filialen. Doch wie es konkret weiter geht, darüber wird der Konzern in der nächsten Zeit kontinuierlich informieren.

#### Deals

**Duisburg:** Eine Privatperson hat in Duisburg von Privat eine Gewerbehalle an der Düsseldorfer Landstraße gekauft. Die Gesamtfläche beträgt rund 905 qm. Vermittelnd tätig war **Engel & Völkers Commercial Duisburg**.





# Handelsimmobilien

## Report Nr. 48

Cities & Center & Developments

VOM 12.06.09

Seite 5 von 16

### Kauf- und Warenhäuser: Geeignete Nachnutzung gesucht

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Das Aus für den Warenhausbetreiber **Hertie** mit seinen 73 Filialen und die Schließung von **Wehmeyer- und Sinn-Leffers-Häusern** im Zuge der Insolvenz stellen die betroffenen Kommunen vor erhebliche Herausforderungen. Denn für die großflächigen Immobilien kommen nur wenige Vertriebskonzepte als Nachmieter in Frage. Oft bleibt nur der Umbau. Damit stehen aber kurzfristig über 100 Kauf- und Warenhäuser leer.

Der vom Hertie-Eigner **Dawnay Day** beauftragte Immobilienvermarkter **Atisreal** hat nach eigenen Angaben zwar bereits einige der Hertie-Immobilien verkauft, doch bezweifeln Kenner des Immobiliennetzes, dass sich für jedes Objekt schnell ein Käufer finden wird, der auch noch in eine Revitalisierung investieren will. Zudem berichten Marktteilnehmer, dass die Preisvorstellungen z.T. überhöht sind.

Aber leer stehende Großobjekte in zentraler Innenstadtlage haben eine verheerende Wirkung auf die umliegenden Geschäfte. Leerstand breitet sich oft im Dominoeffekt auf die Umgebung aus. „Wir haben es eindeutig mit einer Konsolidierungswelle zu tun, die da über unsere Innenstädte hinweg rollt“, stellt GfK-Manager **Wolfgang Twardawa** fest. Das hat inzwischen auch Bundesbauminister **Wolfgang Tiefensee** erkannt, dessen Ministerium sich um das Thema **Stadtentwicklung** kümmert und der sich mit den Oberbürgermeistern für die Rettung von Karstadt einsetzen will.

„Die entscheidende Aufgabe ist es, wirtschaftlich tragfähige Konzepte für Standorte zu entwickeln, die auf lange Sicht nicht mehr als Waren- oder Kaufhaus genutzt wer-

### Deals

**Bochum:** Durch Vermittlung der **Brockhoff & Partner** hat die **GAFOG GmbH** mit Hauptsitz in Gelsenkirchen 420 qm Bürofläche in der Bochumer Gerberstraße 2-20 gemietet. Das Unternehmen hat nun auch einen Sitz in Bochum um als Bildungsträger und Arbeitsmarktdienstleister tätig zu sein. Ziel ist die Integration von Arbeitssuchenden in das Erwerbsleben.

**Bottrop:** Ein Wohn- und Geschäftshaus mit 11 Wohnungen und 2 Gewerbeflächen auf 949 qm wurde von Privat an Privat verkauft. **Engel & Völkers** vermittelte.

## TOP SHOPS Atlas der 1A-Lagen

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

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

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

DÜSSELDORF		BROCKHOFF & PARTNER	
Schadowstraße		Immobilien GmbH	
0 4	Schney	1/13	Galena Kaufhof mit Saturn
0 4/7	Niska SP5 mit Thomas Cook	60/90	0
<b>Jacobstraße</b>			
0 13/3	Mundo	86/88	
0 4,5	easyCredits	84	
0 8	Betten Heinecke	83	
0 3	TUR Retobüro	80	
0 3,5	Bakerys Delme	80	
0 11/8	Pizza Hut	78	
<b>Liesegangstraße</b>			
0 8/6	Crabank	74	
0 4,5	Schreiber, Wälsby/Deissius/Badem	72	
0 5	Sedrops Schuhe	72	
0 7	SEB	70	
0 3,5	Megadent, Zahnpflege	68	
0 5	Runners Point	68	
0 8	64/66	64/66	
0 7	WVF	64/66	
0 11	Hotel Porto Koch	62	
0 3,3	vedafone	58/58	
0 3,3	Interpoint Vovawinkel	58/58	
0 5,5/5	Apollo	58/58	
<b>Bleichstraße</b>			
0 9/9	Quelle Technik	52	
0 14	Strauss Innovation	48/50	
0 6	Arner	46	
0 4,5	Bakerys Delme	44	
0 5	N&L C&B/Restaurant	44	
0 18	vedafone	42	
<b>Jan-Wollem-Platz</b>			
0 15/15	H & M	10	
0 4	Megadent	10	
0 4	Score	10	
0 12	B&B	10	
0 3	B&B	10	
0 7	Diegels	10	
0 4,5	Bonita	10	
0 13	Sidemeister	10	
0 13	Orto, Young Top	10	
<b>Schadowstraße</b>			
0 4/2	Eric Bonhoff, DOB	11	
0 4,5	DOB	11	
0 9	Prisma	11	
0 6	NO, HANSA	11	
0 7	Juwelier Dehler	11	
0 11/6	Tommy Hilfinger	11	
<b>Blumenstraße</b>			
0 11/6	Tom Taylor	14	
0 13	Juwelier Wempe	14	
<b>Tonhallenstraße</b>			
93	Karstadt	40	0
	Starbucks	1,5/5	0
<b>Liesegangstraße</b>			
87	Commerzbank	6,5/19	0
77	C & A	40	0
78	Tyngli, Bornemeyer	11	0
75	Wig, Noll	9	0
69	Tack	8	0
67	Deichmann	7	0
65	innka	4,5	0
65	Foot Locker	5,5	0
61	Talico	4,5/8	0
<b>Wagnerstraße</b>			
59	Gold Kramer	4/3	0
27	Jack & Jones/Vero Moda	10	0
51	Schuhhaus Siemes	6,5	0
53	orange	6,5	0
51	Juppen Schuhe	25	0
(2)	Christ	11	0
<b>Berliner Allee</b>			
41	Böhmer Schuhe	4/30	0
39	Mexx	10/16	0
<b>Berliner Allee</b>			
(1)	P & C	80/80	0
23	Modeschlösschen Desiree, DOB	10	0
17/21	Schadow-Arkaden, Eingang	6	0
17/21	Finex Company (OG)	5	0
17/21	Egirt	19	0
15	Zara	12	0
11	H & M	14	0
<b>Schadow-Arkaden</b>			
<b>Blumenstraße</b>			
(18)	Edmann	3/6	0

**BROCKHOFF & PARTNER**  
Immobilien GmbH

# Handelsimmobilien

## Report Nr. 48

### Cities & Center & Developments

VOM 12.06.09

Seite 6 von 16

#### Stadt News

##### DIHK verleiht ersten deutschen BID Award

Mit dem ersten deutschen BID-Award wird die IHK-Organisation am 23. Juni 2009 in Hamburg die beste Unternehmensinitiative für eine lebendigere In-



nenstadt würdigen. BID steht für **Business Improvement District** – dahinter verbirgt sich ein Stadtentwicklungsmodell aus den USA, das auch in Deutschland immer mehr Schule macht. Es sind lokale Unternehmensinitiativen von Grundeigentümern, Einzelhändlern, Gastronomen und Dienstleistern, die heute Stadtquartiere durch neue Bänke, Straßenlaternen, Abfallbehälter oder sogar Umbauten im Straßenraum aufwerten. Ihr Ziel: Die Fußgängerzonen und Marktplätze notleidender Cities attraktiver zu machen um so den Einkaufszentren auf der grünen Wiese die Stirn zu bieten. Mehr als 80 BIDs oder Projekte in Anlehnung an BIDs gibt es in fast allen Bundesländern. Die IHKs befördern als Unternehmensvertreter die BID-Diskussion vor Ort und auf Landesebene und setzen sich für die Schaffung von gesetzlichen Grundlagen ein. Sie wollen die beste Initiative jetzt mit dem BID-Award als Vorbildlich belohnen und damit zeigen, wie erfolgreich die Unternehmensinitiativen deutschlandweit wirken.

den können“, stellt die **BBE Handelsberatung** aus München vor dem Hintergrund dieses Wandels in ihrer Studie „**Nachnutzungsmöglichkeiten großflächiger Handelsimmobilien in zentralen Innenstadtlagen**“ fest. Aber auch wenn im Zeitalter der Filialisierung, Standardisierung und Bündelung von Nachfragemacht gerne die ideale Universallösung gesucht wird, **Patentrezepte** für diese innerstädtischen Großimmobilien gibt es aus Sicht der Münchener Handelsexperten nicht: **Jeder Standort müsse einzeln betrachtet werden und es gelte speziell abgestimmte Einzellösungen zu entwickeln.**

Am Beispiel der Stadt **Regensburg** und 6 Einzelhandelsimmobilien erläutert die BBE, wie solche Nachnutzungskonzepte aussehen könnten. Gerade die Stadt an der Donau eignet sich als Anschauungsobjekt, da sie auf engstem Raum vielfältige und unterschiedliche Beispiele für erfolgreich revitalisierte Handelsimmobilien bietet.

Es war, wie so oft, die Ansiedlung eines Shopping-Centers, der **Regensburg Arcaden**, die für eine innerstädtische Umstrukturierung sorgte. Eine Zentralitätskennziffer von 173,9 (nach Kemper's Jones Lang LaSalle) zeigt aber, welche große Bedeutung die Stadt an der Donau mit ihren knapp 130 000 Einwohnern als Einzelhandelsstandort für die gesamte Region hat und belegt, dass auch außerhalb der Arcaden Potenzial für neue Handelskonzepte bestand, was die Revitalisierung erleichterte.

Einerseits haben sich „die Arcaden nach überwiegender Meinung als Gewinn für Regensburg herausgestellt“, urteilt die BBE. Andererseits hat das oft maßgeschneiderte Flächenangebot im Center die **Buchkette Hugendubel**, die **Bekleidungsketten C & A** sowie - mit zeitlicher Verzögerung - auch das Textilkaufhaus **Wöhrl** veranlasst, in die Arcaden umzusiedeln – und ihre Kaufhäuser aufzugeben. Hinzu kam, dass auch noch für die **Woolworth-Filiale** und das traditionsreiche Bekleidungskaufhaus **Rothauscher** ein Nachmieter gefunden werden musste.



Für die Objekte wurden sehr unterschiedliche Lösungsansätze gewählt: Das ehemalige Woolworth-Gebäude (Foto) an der **Maximilianstraße 15** wurde saniert und umgebaut, so dass es auf gleicher Fläche Raum für 4 Mieter unterschiedlicher Branchen

bot: Die Modeanbieter **Bonita** und **Street One**, der Telekommunikationsanbieter **dug** sowie das Einrichtungshaus „**Cult at home**“. Die Eingänge wurden zur Regensburger 1A-Lage **Königsstraße** ausgerichtet. **Indem 4 Mieter gefunden wurden, so urteilt die BBE, konnten die Attraktivität des Standorts erhöht und die Mieteinnahmen gesteigert werden.** Das Konzept des Billig-Anbieters Woolworth zog, wie die Insolvenz zuletzt gezeigt hat, bei den Kunden immer weniger.

Eher einfach war die Nachvermietung der ehemaligen Wöhrl-Filiale: Für die Top-Lage an der Königsstraße konnte der schwedische Mode-Anbieter **H & M** als Mieter der gesamten Fläche gefunden werden. Eine größere Herausforderung für den Eigner **Redevco** war dagegen die Umstrukturierung des **C & A-Kaufhauses**. Typisch für die Textilkaufhäuser: Die Verkaufsfläche ging über 3 Etagen. Für diese Größenordnung findet sich meist kein passender Mieter und bei der Umstrukturierung stellt sich die Frage, was mit dem zweiten und dritten Obergeschoss passieren soll?

Redevco entschied sich für die komplette Modernisierung des Gebäudes und die Aufteilung der vorgesehenen Einzelhandelsfläche im Erdgeschoss und im 1. Obergeschoss in kleinere Einheiten. Für 1 900 qm Verkaufsfläche inkl. Lager wurden **Strauss Innovation** sowie die Textilanbieter **Vero Moda** und **Jack Jones** gefunden. Im 2. und 3.



# Handelsimmobilien

## Report Nr. 48

### Cities & Center & Developments

VOM 12.06.09

Seite 7 von 16

Obergeschoss entstanden auf 900 qm 12 Wohnungen. Auch im ehemaligen C & A-Haus sei die Mietfläche voll erhalten worden, so die BBE.

Für die Nachvermietung des ehemaligen Textilkaufhauses Rothdauscher mussten die Vermieter, die Familie **Isinger**, allerdings eine Flächenreduktion von 400 qm hinnehmen. Der expansionsfreudige spanische Modefilialist **Zara** fand sich als Mieter für die 1 500 qm im Erd- und 1. Obergeschoss in der Top-Lage Neupfarrplatz.

**Die Nachnutzung des historischen Gebäudes, in dem Hugendubel lange Jahre untergebracht war, stellte laut BBE schon deshalb eine Herausforderung dar, weil die Verkaufsfläche von 1 500 qm auf drei Ebenen auf den großflächigen Buchfilialisten zugeschnitten war und sich in einer 2A-Lage befindet.** An einem solchen Standort funktionieren nur Konzepte mit hoher Zugkraft. Entsprechend stand die Fläche – abgesehen von kurzen Zwischennutzungen - mehrere Jahre leer. Schließlich konnte der **Münchener Möbel- und Lifestyle-Filialist Kare** als Mieter gewonnen werden. Laut BBE handelt es sich dabei um den ersten deutschen Franchise-Store des weltweit vertretenen Konzeptes mit Standorten in **Frankreich, Griechenland, Lettland, Saudi Arabien und Indien.**

In 2 unsanierten **Patrizierburgen** an der **Gesandtstraße**, die durch Umgestaltung des Straßenraums und die Investitionen anliegender Händler zur 1A-Lage aufgewertet wurde, fand sich schließlich ein Konzept jenseits der reinen Einzelhandelsnutzung. „Letztendlich wurde im vorderen Bereich ein attraktives Cluster aus verschiedenen Gastronomie-Einrichtungen und Einzelhändlern mit gastronomischer Ergänzung

### Veranstaltungen

#### Campustag in der EBZ Bochum

Karrierechancen für Nachwuchskräfte: Am Samstag, 13. Juni, um 11 Uhr lädt die **EBZ Business School**, Bochums jüngste Hochschule, zum zweiten **Campustag** ein. In Schnuppervorlesungen, Rundgängen und Beratungsgesprächen erfahren die Besucher alles über Studieninhalte, Zulassungsbedingungen und den Aufbau der dualen Studiengänge. Besonders interessant ist die Möglichkeit, sich in einem **Assessment Center** direkt auf eines der Stipendien an der privaten Hochschule zu bewerben.





# Handelsimmobilien

## Report Nr. 48

Cities & Center & Developments

VOM 12.06.09

Seite 8 von 16

(Lorenzini, Black Bean, Aran, Hornung) geschaffen“, so die BBE-Forscher. Und nachdem die Lage aufgewertet worden war, fand sich mit **Ecco** schließlich auch noch ein Schuhanbieter für 75 qm Verkaufsfläche. Im hinteren Bereich, um einen ruhigen Innenhof, baute der Eigentümer **Südfinanz AG** zudem Wohnungen.

**Im Idealfall, so urteilt die BBE, führt die Nachnutzung frei werdender Handelsimmobilien zu Frequenzsteigerungen und höheren Mieteinnahmen, und zur positiven Ausstrahlung auf die gesamte Umgebung. Das gelingt aber nur, wenn Lage und Konzepte stimmen.**

### Das Comeback der City – Raus aus der Uniformität

**Jens Imorde, Geschäftsführer Imorde Projekt- & Kulturberatung, Münster**

Die Geschichte der Stadt ist alt. In China existierten Städte nachweisbar bereits im 15. Jahrhundert vor Christus. In Europa ist die Geschichte der Stadt weitaus jünger. Sie beginnt etwa 800 vor Christus mit der *polis*, dem griechischen Stadtstaat. Doch hatte dieser mit der „Europäischen Stadt“, wie wir sie heute verstehen, nicht viel gemein.



Erst ab dem 11. Jahrhundert – nachdem es im Frühmittelalter in Folge der Völkerwanderung zwischenzeitlich zu einem fast vollständigen Erlöschen des städtischen Lebens in Europa gekommen war – entwickelte sich die europäische Stadt zu einem Erfolgsmodell. Ein Erfolgsmodell, das – obwohl, oder gerade weil es in den letzten Jahrzehnten ins Wanken geraten ist – seit einigen Jahren

eine außergewöhnliche Renaissance verzeichnet.

**Ohne funktionierende Innenstadt ist die europäische Stadt nicht wirklich denkbar – ist sie doch zugleich Arbeits- und Wohnzimmer, aber auch Spielwiese für den modernen Stadtmenschen.** Hier geht er seinem Job nach, sucht nach Abwechslung, Ablenkung, Unterhaltung und Kontakt. Hier erledigt er den Einkauf, geht ins Kino, zum Essen, ins Konzert oder zur Ausstellung.

Innenstädte sind der Spiegel der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen. Sie leben von ihrer Multifunktionalität, aber auch ihrer Attraktivität und ihrer Individualität, sprich: **ihren Alleinstellungsmerkmalen.** Von daher griffe es zu kurz, von „der“ Innenstadt zu sprechen.

Das Bekenntnis zur Stadt zieht sich zunehmend durch alle politischen und wirtschaftlichen Ebenen: Die „**Leipzig-Charta**“ auf EU-Ebene, die **Nationale Stadtentwicklungspolitik** und die **Änderung im Baugesetzbuch**, mit der die Innenstadt auf Bundesebene zum Förderschwerpunkt erklärt wurde, und nicht zuletzt **die eigenen Förderprogramme der Bundesländer** – sie alle zielen darauf ab, mit integrierten Handlungskonzepten den Innenstädten zu neuer Blüte zu verhelfen.

Während große Shopping-Center noch vor einigen Jahren vornehmlich auf der „Grünen Wiese“ entstanden, zieht es mittlerweile auch den Handel zurück in die Innenstadt. Die jüngeren Konsumtempel wachsen mitten im oder zumindest am Rand des Zentrums. Und auch der Lebensmitteleinzelhandel feiert sein „City-Comeback“: Handelsunternehmen wie beispielsweise **Rewe** sehen dank neuer Konzepte und Verkaufsstrategien zunehmend gute Chancen für wirtschaftlichen Erfolg in der Stadtmitte – **so sie denn eine attraktive Mitte ist.**

Letzteres entscheidet sich an unterschiedlichen Gesichtspunkten – und darin liegen auch die Chancen von Städten. Denn diverse dieser Merkmale sind durchaus gestaltbar

### Unternehmens News

#### **Hahn startet Vertrieb des Pluswertfonds 148**

Die **Hahn Gruppe**, Marktführer im Management großflächiger Einzelhandelsimmobilien, beginnt mit dem Vertrieb ihres neuen geschlossenen Einzelhandelsimmobilienfonds. Der **Pluswertfonds 148** investiert in ein Fachmarktzentrum im baden-württembergischen **Giengen an der Brenz**. Auf dem 31 000 qm großen Grundstück wurde 2008 ein Fachmarktzentrum mit 13 684 qm Verkaufsfläche und 384 Stellplätzen errichtet. Langfristige Mieter sind **OBI, Edeka, AWG, dm** und **Deichmann**. Die Kreisstadt Giengen mit 20 000 Einwohnern liegt im Osten **Baden-Württembergs** an der Grenze zu Bayern, in der Nähe von **Ulm** an der A7. Das Zentrum befindet sich am Rand der Innenstadt und ist vom Zentrum her fußläufig zu erreichen. Mittelfristig ist eine neue Stadtrandstraße geplant. Der Fonds hat ein Gesamtinvestitionsvolumen von 19,8 Mio. Euro, davon 7,8 Mio. Euro Eigenkapital. Mindestbeteiligungssumme für Privatanleger: 20 000 Euro zzgl. 5% Agio. Prognostiziert ist eine Ausschüttung von 6% jährlich.

### Deals

**Frankfurt/M:** **Stefanel** eröffnet einen Shop (rd. 485 qm) in der Frankfurter 1a-Lage Steinweg 7. **Kemper's Jones Lang LaSalle** vermittelte. Vermieterin ist die **Robert Ley Damen- und Herrenmoden GmbH & Co. KG**.



# Handelsimmobilien

## Report Nr. 48

### Cities & Center & Developments

VOM 12.06.09

Seite 9 von 16

#### Unternehmens News

##### Comfort feiert seinen 30. Geburtstag

Der Düsseldorfer Immobilienberater **Comfort** hatte am 1. Juni Grund zu feiern: Im Jahre 1979 war Comfort beim Amtsgericht Düsseldorf unter der Nr. HR B 14462 in das Handelsregister eingetragen worden. Firmengründer **Matthias E. Bechtle**, der auch heute noch in dem partnerschaftlich geführten Unternehmen aktiv ist, kann somit das 30. Unternehmensjubiläum feiern.

##### Obi eröffnet Markt in Slowenien

Nach gut 6 Monaten Bauzeit und einer einmonatigen Einrichtungsphase präsentiert der Heimwerkermarkt-Betreiber **Obi** seinen neuesten Do-it-Yourself-Markt in **Nova Gorica**. Das Vorzeigeobjekt ist nach Angaben des Unternehmens ausgestattet mit dem Besten, das der Heimwerkermarkt derzeit an Know-how zu bieten hat. Auf rd. 4 800 qm Verkaufsfläche im Baumarkt und im 2 155 qm großen Gartencenter bietet Obi in Slowenien seinen Kunden seit Anfang Juni etwa 40 000 Produkte.

#### Deals

**Düsseldorf:** Eine Privatperson hat in der Stadtmitte von Düsseldorf ein Wohn- und Geschäftshaus mit 6 Wohneinheiten und einer Gewerbeeinheit gekauft. Die Gesamtfläche beträgt rund 553 qm. Verkäufer ist ebenfalls eine Privatperson. Vermittelnd tätig war **Engel & Völkers Commercial Düsseldorf**.

und geeignet, die **Markenbildung einer Stadt** zu begründen oder zu forcieren. **Alleinstellungsmerkmale** etwa, die sich aus **Historie, Kultur oder Architektur** nähren, lassen sich sowohl **pflegen** als auch **herausarbeiten** – als auch ganz neu kreieren.

Hohe Gestaltqualität als unmittelbare Folge einer guten Mischung von freiem und gebautem Raum kann Markenbildung unterstreichen. Gute Aufenthaltsqualität misst sich auch an der Komposition von Handelsgeschäften und Gastronomie, am Wechselspiel von Aktivitäts- und Ruhezone. **Letztlich geht es darum, der Uniformität zu begegnen und die Innenstadt als Mittelpunkt des städtischen Lebens und als den Ort vielgestaltiger Austauschbeziehungen – seien diese wirtschaftlicher oder sozialer Natur – zu stärken.**

Dabei sind nicht allein die städtischen Entscheider, sondern auch private Innenstadttaktoren gefragt. Inhabergeführte Einzelhandelsunternehmen müssen ein natürliches Interesse daran haben, wie es um ihr Geschäft herum aussieht. **Aber auch Filialisten und Franchiser tragen hier Verantwortung: Ihre Ladenlokale müssen nicht in jeder Stadt gleich aussehen, sondern können sich durchaus – unter weitgehender Beibehaltung des eigenen Corporate Design – dem lokalen Charakter anpassen.** Von der damit gewonnenen bzw. erhaltenen Attraktivität profitieren letztlich beide Seiten – Stadt wie Einzelhändler oder Gastronom.

Auf diese oder ähnlich gelagerte Partnerschaften von öffentlicher und privater Hand – neudeutsch **Public Private Partnerships (PPP)** genannt – zielen fast alle Bundesländer mit unterschiedlichen Förderprogrammen. So setzen die Bundesländer **Nordrhein-Westfalen, Hessen, Niedersachsen, Sachsen und Berlin** seit einigen Jahren erfolgreich auf „**Ab in die Mitte! Die City-Offensive**“; ein Förderansatz, der neue und identitätsstiftende Veranstaltungsformate im Fokus hat. **Vor Ort werden dabei lokale Besonderheiten betont, reanimiert oder gestiftet.**

In **Marburg** etwa entstand im Sommer 2003 eine **temporäre Kunstroute** an jenen Orten des öffentlichen Raums, die das Stadtbild Marburgs prägen – **den Marburger Treppen (Foto)**. Neben zahlreichen „Vorzeigetreppen“ wies das Projekt dabei gezielt auch auf Orte hin, die im öffentlichen Bewusstsein nicht (mehr) verankert waren, die es also (neu) zu entdecken galt.



**Lemgo** unterstrich im Jahr 2000 erstmals seine **Renaissance-Architektur** mit neuen Lichtkonzepten, während **Bocholt** 2002 seine City in eine **temporäre Gartenstadt** verwandelte. Einendes Merkmal aller Formate: **In der Innenstadt werden neue Impulse gesetzt, die zu einer stärkeren Identifikation mit der Stadt führen und letztlich höhere Frequenzen generieren.**

Ein anderer Ansatz sind die in den USA und Kanada entwickelten **Business Improvement Districts (BID)**. Dahinter steckt die Idee, den Fokus der Immobilienbesitzer und Gewerbetreibenden eines Quartiers auf das Quartier als Ganzes zu lenken und ihnen die eigene (Mit-)Verantwortung für positive Entwicklungen des Standortes klar zu machen. Verschiedene Bundesländer haben diese Idee aufgegriffen und in Förderprogramme oder sogar Gesetzgebungen gegossen – je nach Bundesland unter den Titeln **BID, ISG, QiN, PACT** oder **INGE**.

Fazit: Die Möglichkeiten für Städte, ein jeweils eigenes Markenprofil zu schärfen oder auszubilden, sind vielgestaltig. **Es gilt, diese Chancen zu nutzen, der Uniformität zu entkommen und sich abzusetzen – von trostlosen Fußgängerzonen, kalten Shopping-Centern und nicht zuletzt den Städten in der Umgebung.**

## Gute Stadtentwicklung zeichnet sich durch gute B-Lagen aus

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Shopping-Center werfen bekanntlich ihre Schatten voraus – und vor allem überschatten sie mit ihrem zusätzlichen Einzelhandelsangebot oft die Nebelagen. Oder sie verändern die Laufrichtung der Passanten, so dass 1A-Lagen im schlechtesten Fall zu B-Lagen mutieren können. Diese langen Schatten verspürten auch die Einzelhändler in den Heilbronner Innenstadtstraßen, als die neue „**Stadtgalerie Heilbronn**“ mit 13 000 qm Verkaufsfläche (Eröffnung 2008) und der Kaufhaus-Komplex „**Klosterhof-Areal**“ mit etwa 10 500 qm (Eröffnung 2009) angekündigt wurden.

Die direkt an die Fußgängerzone **Fleiner Straße** angebundene Stadtgalerie und der 100 m entfernte Klosterhof werten die Innenstadt zwar grundsätzlich auf, wie etwa der Immobilienmakler **Comfort** aus Düsseldorf urteilt, weil dadurch Raum für die noch fehlenden Marken in der City geschaffen werden konnte, doch solche Veränderungen führen immer auch dazu, dass es Verlierer gibt. **Und Nebelagen sind nach Einschätzung von Deutschlands Immobilienmaklern – auch vor dem Hintergrund der Krise – aktuell nur noch schwer zu vermarkten.**

Dieser Beurteilung stellt **Daniel Schnödt**, Inhaber der Unternehmensberatung **TeamScio** im westfälischen **Steinheim**, eine ganz andere Sichtweise entgegen: „**Kundenbindung schaffen nur die 1B-Lagen.**“ Und: „**Gute Stadtentwicklung zeichnet sich durch gute 1B-Lagen aus.**“ **Deshalb geht es laut Schnödt beim Thema Stadtentwicklung letztlich auch darum, den inhabergeführten Einzelhandel in den Nebelagen zu stärken:** „Denn wenn der gut ist, dann profitiert die gesamte Stadt davon.“ Um den Mittelstand zu stützen, hatten sich denn auch die Verantwortlichen in Heilbronn zu gleich mehreren Initiativen entschlossen.

In Berührung mit der Stadt am Neckar kam Schnödt 2007 auf Betreiben der **Stadtinitiative Heilbronn**, die im Rahmen ihres Programms „**Fit für die Zukunft**“ für den inhabergeführten Facheinzelhandel ein **Schulungsprogramm über moderne Laden- und Schaufenstergestaltung sowie Beleuchtung ausrichten wollte.** Denn die 70 neuen Geschäfte in der Stadtgalerie Heilbronn würden hier ganz neue Maßstäbe setzen, so die Befürchtung. „Wir wollten etwas für die kleinen Händler tun, die sich die teuren Kongresse über diese Themen nicht leisten konnten“, berichtet **Florian Baasch**, **Mitarbeiter der Stadtinitiative Heilbronn.**



*Kaiserstraße 27 Bestand*

**Einzelhandel“ attraktiver werden.** Sprich: Damit sich auch hier attraktive Handlungskonzepte ansiedeln.

So begann Schnödt 2008 im Rahmen der Initiative mit der Beratung von Immobilieneigentümern: „Im Prinzip geht es darum, dass man Immobilieneigentümer und Einzelhändler zusammen an einen Tisch bekommt, damit sie ein gemeinsames Konzept entwickeln“, berichtet er. Bei diesem Prozedere bot Heilbronn den großen Vorteil, dass in dem betroffenen Areal noch über 50% der Fläche im Privateigentum ist und ein großer Teil inhabergeführte Geschäfte sind.

Zudem hatte die Stadt, um die Auswirkungen der Stadtgalerie Heilbronn einschätzen und um die Lagen identifizieren zu können, die durch den Flächenzuwachs negativ betroffen sein könnten, ein **Verträglichkeitsgutachten** erstellen lassen. Und sich danach entschlossen, im Rahmen des vom **Bundesministerium für Verkehr, Bauen und Stadtentwicklung** geförderten Programms „**Soziale Innenstadt**“ bis 2012 die Entwicklung der Immobilien rund um die kompletten B-Lagen – insgesamt 60 Objekte – zu fördern, damit sie für einen „wertsteigernden

### Richtfest in der Wilmersdorfer Straße

Die **Development Partner AG** hat für ihr Geschäftshaus an der Wilmersdorfer Straße 124 in Berlin Richtfest gefeiert. Die Einzelhandelsflächen von rund 1 870 qm wurden von dem Textilunternehmen **C&A** für das Konzept **avanti** angemietet. Voraussichtlich noch in



diesem Jahr eröffnet **avanti** die neue Filiale und wird dort modische Kleidung zu günstigen Preisen und in einer modernen und angenehmen Einkaufsatmosphäre präsentieren. Über die Einzelhandelsflächen hinaus entstehen in der Wilmersdorfer Straße rd. 210 qm Büro- und 380 qm Wohnfläche, die sich über 3 Maisonette-Wohnungen verteilen.

### Deals

**Osnabrück:** Der Einrichtungs- und Haushaltswaren-Spezialist **Xenos** eröffnet auf rd. 825 qm einen Store in Osnabrück, in der 1a-Lage Große Straße 77-79. Das Geschäft mit Zugang zur **Kamp-Promenade** wird voraussichtlich im Oktober eröffnet. Vermieterin ist eine internationale Investmentgesellschaft. **Kemper's Jones Lang LaSalle** vermittelte. Die niederländische **Xenos** betreibt in 14 Ländern 2 775 Geschäfte.



# Handelsimmobilien

## Report Nr. 48

### Cities & Center & Developments

VOM 12.06.09

Seite 11 von 16



Das **Einzelbeispiel Kaiserstraße 27** zeigt, wie die Aufwertung der Immobilie als ganzes einschließlich der Wohnungen und der Außenfassade auch zu einer optischen Aufwertung der Einzelhandelsfläche geführt hat. Laut Schnödt beziehen sich die Änderungsvorschläge auf die gesamte Neugestaltung der Immobilie (inkl. Außenfassade), die Gestaltung der Verkaufsfläche und des Verkaufskonzepts: „Uns geht es darum, die 1B-Lage gut zu besetzen“. Dabei gibt er im Rahmen des Programms „Soziale Innenstadt“ nur **Handlungsempfehlungen** ab, es bleibt den Eigentümern und Einzelhändlern dann selbst überlassen, ob sie diese auch umsetzen. Auftraggeber ist die Stadt Heilbronn. Die Finanzierung erfolgt gemeinsam durch Bund, Länder und Kommunen.

„**Förderfähig sind Vorhaben, welche die Ziele des integrierten Entwicklungskonzepts unterstützen und ohne die Förderung nicht oder nicht im vorgesehenen Umfang verwirklicht werden können**“, schreibt das Bundesbauministerium. Dieses Städtebauförderungsprogramm, das mit vollem Namen „Stadtteile mit besonderem Entwicklungsbedarf – Soziale Stadt“ heißt, wurde „1999 mit dem Ziel gestartet, **die Abwärtsspirale in benachteiligten Stadtteilen aufzuhalten** und die Lebensbedingungen vor Ort umfassend zu verbessern“. Begonnen wurde das Projekt in 161 Stadtteilen in 124 Gemeinden. Bis 2008 wurden laut Bundes-Bauministerium 523 Gebiete in 326 Gemeinden gefördert.



**Kaiserstraße 27 Modell**

zu halten.

Ein weiteres Projekt betreut die TeamScio viele Kilometer weiter nördlich, im niedersächsischen **Einbeck**. Hier geht es um die Zertifizierung von Einzelhändlern und Gastronomiebetrieben im Rahmen der öffentlich geförderten „**Quartiers-Initiative Niedersachsen**“ (QIN) unter der Überschrift „**Pro Einbeck**“. Im Wettbewerb mit den umliegenden größeren Städten wie **Hameln, Göttingen** und **Hannover**, die stetig Kaufkraft aus der 25 000-Einwohner-Stadt abziehen, hat die Stadt eine Offensive gestartet, um die Kaufkraft im heimischen Einzelhandel zu halten. Laut Schnödt nehmen 40 Betriebe daran teil.

Dazu gehört die Ansiedlung eines kleinen Shopping-Centers in der Innenstadt, die Einführung einheitlicher Öffnungszeiten, damit die Kunden größere Planungssicherheit haben und die Förderung von örtlichen Einzelhändlern sowie die Schulung der Mitarbeiter. Deren Konzepte werden von TeamScio überprüft und bei Verbesserungsbedarf wird eine Handlungsempfehlung ausgesprochen. Wollen die Betriebe eine Zertifizierung haben, müssen sie eine verbindliche Handlungserklärung abgeben, dass sie die Vorschläge auch umsetzen. Die **Imorde Projekt- & Kulturberatung in Münster** überprüft, ob die empfohlenen Veränderungen umgesetzt wurden und entscheidet, ob der jeweilige Betrieb zertifiziert und finanziert werden kann.

Von der Gestaltung der Immobilien mit ihren Wohnungen und Einzelhandelsflächen führt das Thema Stadtentwicklung laut Schnödt weiter zur Gestaltung des öffentlichen Raums, oder der öffentlichen „Bestuhlung“, wie es im Fachjargon heißt. Denn es geht hier letztlich um die **Aufenthaltsqualität**, die – neben der Gastronomie - durch ansprechend gestaltete Plätze geschaffen wird als Aufenthaltsraum für Kinder und junge Leute. Gerade bei dieser Klientel ist es den Kommunen wichtig, Anreize zu setzen, um junge Familien in den Innenstädten

## Deals

**Köln:** Die **Aachener Grundvermögen Kapitalanlagegesellschaft mbH** hat das Geschäftshaus Ehrenstra-



ße 14-16 in Köln gekauft. Verkäufer ist die **AXA Investment Managers GmbH** für das Sondervermögen **AXA Immoselect. Comfort Düsseldorf** vermittelte.

**Frankfurt/M:** Zur Realisierung seines außergewöhnlichen Gastronomiekonzepts unter der Marke „**Senso e Vita**“ mietet der Gastronom **Francesco Toro** im Bürogebäude „**Pollux**“ in beliebter Lage im **Europa-Viertel** in Frankfurt vom Vermieter **IVG Institutional Funds** ca. 1 400 qm Gastronomiefläche. Hier entwickelt der bekannte Gastronom an der **Friedrich-Ebert-Anlage**, ein **Event-Casino, Gourmet-Restaurant, Wein-Lounge, Sushi-Bar, VIP-Club und Piano-Bar** – mit exklusiver Inneneinrichtung. Die Eröffnung ist für September 2009 geplant. **Savills** vermittelte den Deal.

**Berlin:** Die **Medea Geschenke-Shop GmbH** mietete rd. 90 qm Verkaufsfläche in der Tauentzienstraße 8 in der Berliner Innenstadt und wird im Oktober einziehen. **Atisreal** vermittelte. Medea bietet in seinen 20 Filialen im Raum Berlin/Brandenburg Souvenirs, Textilien und Geschenke an. Eigentümer der Immobilie ist ein Berliner Privatinvestor.

##### Tschammler neuer DTZ Deutschland-Chef

Überraschender Wechsel beim internationalen Immobilienberater **DTZ**: **Timo Tschammler (32)** kommt von London nach Frankfurt, um neuer **Vorsitzender der Geschäftsführung der DTZ Deutschland Holding GmbH** zu werden. Außerdem zieht **Peter Collins (53)** in die Geschäftsführung der DTZ Deutschland Holding ein. Dagegen werden **Jörg Nehls** und **Lutz Behrendt** nach Unternehmensangaben im „gegenseitigen Einvernehmen“ als Geschäftsführer der DTZ Deutschland Holding ausscheiden. **Henk van Doesburg (46)** bleibt in der Holding weiter als Geschäftsführer für den **kaufmännischen Bereich** zuständig.

##### Entrepreneur des Jahres 2009

**Professor Götz W. Werner**, Gründer der **Filialekte dm-drogerie markt** und „**Entrepreneur des Jahres 2008**“ in der Kategorie Handel vertrat Deutschland im Wettbewerb „**World Entrepreneur of the Year 2009**“. Dabei wurde er in die **Hall of Fame** der weltbesten Unternehmer aufgenommen. Die besten Unternehmer aus 43 Ländern waren für den Titel, der in **Monte Carlo** verliehen wurde, nominiert. Als Sieger des Wettbewerbs wurde **Cao Dewang**, Gründer der **Fuyao Glas Industry**, zum „**World Entrepreneur of the Year 2009**“ ernannt. Zum 9. Mal verlieh die Prüfungs- und Beratungsgesellschaft **Ernst & Young** den internationalen Unternehmerpreis.

## Edeka: Ehrgeizige Wachstumsziele für 2009

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Zukunftssicherung basiert bei der Hamburger **Edeka-Gruppe** nicht nur auf Umsatz- und Ertragsstreben. Dazu gehört für Deutschlands größten Lebensmitteleinzelhändler auch eine **Politik der Nachhaltigkeit zum Schutz der Umwelt**. Jüngstes Ziel der Hamburger ist es in diesem Zusammenhang, bis 2012 „nur noch Fisch aus nachhaltigen Quellen in den eigenen Märkten anzubieten“. Edeka ist nach eigenen Angaben der größte Fischhändler Deutschlands.

Konkret unterstützt das Unternehmen im Rahmen seiner Kooperation mit dem **World Wide Fund for Nature (WWF)** ein **Meeresschutzprojekt zur Förderung nachhaltiger Fangmethoden für Thunfisch im Indo-Pazifik**, wo etwa ein Drittel des Dosen-Thunfischs für den deutschen Markt gefangen wird. Um angesichts des ohnehin schon bestehenden Problems der Überfischung zu verhindern, dass beim Thunfisch-Fang auch noch andere Tiere, wie die in ihrem Bestand bedrohten Meeresschildkröten versehentlich mitgefangen werden, finanziert Edeka die Umrüstung von Fischerbotten auf Rundhaken und weiteren Zubehör sowie die Schulung der Fischer. „In einem ersten Schritt werden bereits 20 indonesische Fischerbote umgerüstet“, teilt das Unternehmen mit. „Gefördert werden darüber hinaus der Schutz von Laich- und Aufwuchsgebieten der Thunfische und damit ein nachhaltigeres Fischereimanagement.“ Die Kooperation mit dem WWF, eine der größten unabhängigen Naturschutzorganisationen der Welt mit 5 Mio. Förderern, startete Edeka in diesem Jahr.



Darüber hinaus können sich aber auch die Zahlen, die der **Vorstandsvorsitzende der Edeka-Gruppe in Hamburg, Markus Mosa**, für 2008 vorgelegt hatte, sehen lassen: Laut Mosa stieg der **Lebensmittel-**

**Einzelhandelsumsatz** um 4,9% auf 32 Mrd. Euro, wobei hier allerdings auch die Übernahme der rd. 2 300 **Plus-Filialen** ins Gewicht fallen dürfte. Denn die Sparte Discount allein wuchs bei Edeka um 12,4% auf 4,2 Mrd. Euro – bereinigt um die Flächenexpansion wird das Wachstum aber mit 4,2% beziffert.

**Beeindruckend sind in diesem Kontext jedoch die Wachstumszahlen, die das Hamburger Unternehmen für seine etwa 4 500 selbstständigen Kaufleute vorlegte.** Um 7,6% erhöhten sich die Erlöse auf 16,1 Mrd. Euro. Bereinigt um die Flächenexpansion lag der Zuwachs immer noch bei 4,7%, was das Erfolgsprinzip der Hamburger bestätigt. Denn die aus einer Einkaufsgenossenschaft hervorgegangene Gruppe setzt auch heute noch primär auf selbstständige Kaufleute, die die Edeka-Märkte führen, aber über die regionalen Großhandlungen gemeinsam einkaufen, um so Mengenvorteile zu nutzen. **Gerade der engagierte Einsatz des selbstständigen Kaufmanns gilt als Garant dafür, dass Edeka in der Sparte Supermärkte sehr erfolgreich ist.**

Eine **Brutto-Umsatzrendite** von 3,6% kann sich im hart kalkulierten Lebensmittel-einzelhandel denn auch sehen lassen. Nach Angaben des Unternehmens stieg das **Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)** um 2,1% auf 1,194 Mrd. Euro. Den Gesamtumsatz beziffert die Gruppe mit 36,6 Mrd. Euro. 262 241 Mitarbeiter sind bei Edeka beschäftigt und das Unternehmen verzeichnete im Vorjahr 133 Existenzgründungen. Die Verkaufsfläche liegt bei 8,1 Mio. qm.

Dem will Edeka-Chef Mosa bis 2012 insgesamt weitere 1 450 Märkte hinzu fügen, darunter 850 Netto-Discounter, da künftig jeder zweite Euro bei den Billig-Anbietern





# Handelsimmobilien

## Report Nr. 48

### Cities & Center & Developments

VOM 12.06.09

Seite 13 von 16

#### Unternehmens News

#### Interessenten für Fläche im Planetencenter

Das **Planetencenter** hat eine Bauvoranfrage an die Stadt **Garbsen** für ein namhaftes Einzelhandelsunternehmen gestellt. „Dies belegt einen weiteren Fortschritt bei der Mietersuche für die ehemalige Hertie-Fläche“, so **Center-Manager Peter Otten**. Die Fläche beträgt 4 060 qm. Laut Otten unterstreicht das die Entschlossenheit des Betreibers, an der Wiederbelebung des Planetencenters festzuhalten und den Betrieb auf der gesamten Verkaufsfläche weiterzuführen. Die Eigentümerseite lehnt es ab, die Verkaufsfläche auf die von der Stadt vorgeschlagenen 12 000 qm zu beschränken, Teile abzureißen und auf den Restfläche Wohnungen zu errichten. Der Eigentümer des Planetencenters klagt gegen die Stadt Garbsen wegen Behinderung seiner Geschäftsaktivitäten und fordert Schadensersatz von vorläufig 18 Mio. Euro. Der Eigentümer wirft der Stadt vor, dass sie einem Bauantrag für den Neubau des Centers sowie der Verlängerung einer bereits erteilten Baugenehmigung nicht stattgegeben habe.

#### Deals

**Essen-Holsterhausen:** Ein Wohn- und Geschäftshaus mit einer Gesamtnutzfläche von rd. 1 963 qm mit 2 Gewerbe- und 28 Wohneinheiten in Essen-Holsterhausen wurde von einer regional tätigen Immobiliengesellschaft an eine Privatperson verkauft. **Engel & Völkers Essen** vermittelte.

ausgegeben wird. Zudem sind 600 neue Edeka-Vollsortimenter geplant. Für 2009 hat sich die Gruppe viel vorgenommen. Sie will den Umsatz laut Mosa auf 43 Mrd. Euro steigern und dann 12 000 Märkte führen. Für das 1. Quartal 2009 nannte er keine Zahlen. Nur so viel: Dass das Ostergeschäft, das in diesem Jahr in den April fiel, deutlich über dem Vorjahr gelegen habe.

### Das Interview

### Die selbstständigen Kaufleute sind Edekas große Stärke

Gespräch mit **Ralf Lübbing**, Geschäftsführer der **EDEKA Betriebsberatungs- und Kapitalbeteiligungsgesellschaft mbH (EBK)**, Hamburg



**Handelsimmobilien Report:** *Edeka will in den nächsten drei Jahr 1 450 neue Märkte eröffnen. Bekanntlich ist der deutsche Markt mit Verkaufsflächen schon gut ausgestattet. Wieso sehen Sie noch Potenzial für so viele neue Märkte? Durch Verdrängung?*

**Ralf Lübbing:** Gute Konzepte haben immer Potenzial und werden sich am Markt durchsetzen. Die EDEKA-Gruppe setzt auf zwei zukunftsfähige Kerngeschäftsfelder: Zum einen das von selbstständigen Kaufleuten geführte Vollsortimentsgeschäft, zum anderen das Discount-Segment mit unserer Tochter Netto Marken-Discount. Beide Sparten entwickeln sich seit Jahren äußerst positiv, das zeigt auch der Blick auf die Geschäftszahlen 2008. Qualität, Vielfalt, Frische und günstige Preise – damit brauchen wir den Wettbewerb nirgendwo zu scheuen.

**HIR:** *Gibt es regionale Schwerpunkte bei der Expansion?*

**Lübbing:** Wir expandieren flächendeckend in Deutschland, um unser Vertriebsnetz überall zu verdichten. Nicht umsonst haben wir den Anspruch, der größte Nahversorger Deutschlands zu sein. Besondere Chancen bieten Ballungsgebiete und deren Speckgürtel, aber auch im ländlichen Raum gibt es noch Potenzial. Im Fokus stehen – wie erwähnt – unsere beiden Kerngeschäftsfelder: Das unternehmergeführte Vollsortiment mit Super- und Verbrauchermärkten sowie Netto Marken-Discount. Neben der Eröffnung neuer Märkte gilt ein besonderes Augenmerk auch der kontinuierlichen Erweiterung und Modernisierung bestehender Flächen. Jedes Jahr investiert die Gruppe rund 1 Mrd. Euro in ihr Vertriebsnetz.

**HIR:** *Finanzieren Sie die neuen Immobilien selbst oder setzen Sie auf externe Investoren? Anders formuliert: Sind die meisten Immobilien im Eigentum der Edeka oder sind sie gemietet?*

**Lübbing:** Wir sind ein Handelsunternehmen, das zentral wie auch regional Immobilien besitzt und auch angemietet hat. Die Einzelhandelsobjekte werden in der Regel von den sieben EDEKA-Regionalgesellschaften verwaltet. Hierzu gehören in unterschiedlichen Anteilen Eigen- wie auch Mietimmobilien. Wir sind natürlich immer daran interessiert, neue Märkte selbst zu planen und zu realisieren. Ein Teil davon verbleibt auch regelmäßig im eigenen Immobilienbestand.

**HIR:** *Edeka arbeitet in hohem Maße mit inhabergeführten Märkten. Welche Vorteile bringt es, mit eigenständigen Unternehmern zusammen zu arbeiten?*

**Lübbing:** Unsere Vollsortimentsmärkte werden zum größten Teil von den über 4 500 selbstständigen EDEKA-Kaufleuten geführt. Das Modell des unternehmergeführten Marktes ist die große Stärke der EDEKA-Gruppe. Hohes Engagement, Nähe zum Kunden, Kompetenz, Kreativität – das zeichnet unsere selbstständigen Kaufleute aus. Wel-

#### Sonstiges

##### Krupp-Park in Essen eröffnet im August

In den 2 Jahren nach Baubeginn des Krupp-Parks in Essen wurden 430 000 qm Erdmassen heran geschafft, um den von „kiparlandschaftsarchitekten“ entworfenen Park der fünf Hügel am **Krupp-Gürtel** zu gestalten. Die



**Stiftung „Lebendige Stadt“** spendet für die Bewaldung des Parks Bäume und Sträucher im Wert von 150 000 Euro. Nach den Worten von **Andreas Mattner, Vorstandsvorsitzender der Stiftung**

„**Lebendige Stadt**“ ist der Krupp-Park aus 2 Gründen ein Best-Practice-Beispiel, das die Stiftung gerne fördern möchte: „Zum einen wird der Park mit seinen innerstädtischen Wald- und Wiesenflächen die Luft und das Klima nachhaltig positiv beeinflussen und als attraktive Freifläche dienen, zum anderen wird er auch umliegende Quartiere aufwerten und mehr innerstädtische Lebensqualität schaffen.“ Da an der Realisierung des Parks auch Beschäftigungsträger beteiligt waren, haben auch Arbeitslose eine Chance bekommen. Der Park soll im August eröffnet werden.

#### Deals

**Duisburg:** Eine Privatperson hat in Duisburg ein Wohn- und Geschäftshaus (Gneisenaustraße) gekauft. Die Gesamtfläche beträgt rund 449 qm. **Engel & Völkers** vermittelte.

chen Unterschied sie machen, sehen wir bei der Privatisierung ehemaliger Regiemärkte: Die Standorte verzeichnen in der Regel sehr schnell deutliche Umsatzzuwächse. Deshalb wird die EDEKA-Gruppe das Unternehmertum auch weiterhin massiv stärken, z.B. durch die Fortführung der Privatisierungsstrategie und die Förderung von Existenzgründern.

**HIR:** *Edeka ist mit seinen regionalen Großhandlungen noch sehr genossenschaftlich organisiert. Das macht manche Entscheidungswege recht lang. Welche speziellen Vorteile liegen in dieser Organisationsstruktur?*

**Lübbing:** Die EDEKA-Gruppe basiert auf genossenschaftlichen Strukturen. Und das funktioniert seit über hundert Jahren ganz hervorragend. Die drei Stufen – Einzelhandel, regionaler Großhandel und Zentrale – konzentrieren sich auf ihre jeweiligen Stärken und arbeiten Hand in Hand, um das beste Ergebnis für ihre Kunden zu erzielen. Basis und Motor der Gruppe sind die EDEKA-Kaufleute; über die Aufsichtsgremien bestimmen sie den Kurs der Gruppe maßgeblich mit.

## Designer Outlet Center Berlin ändert sein Gesicht – Deutsche FOC-Szene im Widerstreit

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

Wenn am 18. Juni in der **Wustermark vor den Toren Berlins** der erste Bauabschnitt des **Designer Outlet Centers Berlin (DOC)** eröffnet wird, dann erhöht sich die bescheidene Zahl von insgesamt 5 Factory Outlet Center in Deutschland dadurch nicht wirklich. Denn das Center im 15 km westlich von Berlin entfernten **Elstal** in der Gemeinde Wustermark, direkt an der **B5**, besteht bereits auf 11 000 qm Verkaufsfläche seit Jahren. Mit der Grundsteinlegung am 6. Oktober 2008 für den ersten Bauabschnitt – die Erweiterung des Centers - gaben der britische Investor **Henderson Global** und der Factory-Outlet-Spezialist **McArthurGlen** allerdings den Startschuss für die grundlegende Umstrukturierung des nun im „**Village-Stil**“ konzipierten Centers.



Im Juni lässt sich diese Neuausrichtung schon an dem neuen architektonischen Stil und den 50 international bekannten Designermarken ablesen, die die aufgemöbelte Anlage bietet. Der alte Teil des Centers mit 40 Geschäften wird danach abgerissen und nach den Plänen des Potsdamer Architekten **Kock & Lünz** in „**der architektonischen Vielfalt regionaler Baustile**“, so der

Anspruch, neu aufgebaut. Die Mieter ziehen in den nun fertig gestellten Bereich. Insgesamt werden 80 Mio. Euro in die Umstrukturierung und Erweiterung des DOC investiert.

Die komplette Fertigstellung ist für Herbst 2010 geplant. Das Center wird dann insgesamt 120 Geschäfte auf 16 500 qm für hochwertige Einzelhandels- und Designermarken sowie Cafés, Restaurants, Einrichtungen zur Freizeitgestaltung und Kinderbetreuung bieten. „Die Nähe zu Berlin spielte für die Bauherren eine entscheidende Rolle sowohl bei der Auswahl der Lage als auch bei der Namensfindung“, stellen die Investoren fest. **Nach ihrer Wahrnehmung ist „Berlin nicht nur Hauptstadt Deutschlands, sondern gilt auch als neues Zentrum Europas, vor allem in der Modebranche“.** Diese Einschätzung dürfte die alt eingesessene Modestadt am Rhein, **Düsseldorf**, die mit ihren Modemessen „**Fashion Fairs**“ nicht nur gegen die Berliner Konkurrenz, sondern auch um ihr gesamtes Standing kämpft, nicht unbedingt erfreuen.



# Handelsimmobilien

## Report Nr. 48

Cities & Center & Developments

VOM 12.06.09

Seite 15 von 16

### Unternehmens News

#### Hochtief und Comfort gründen neue Tochter

Das Düsseldorfer Immobilienunternehmen **Comfort** erschließt sich gemeinsam mit der Essener **Hochtief Property Management** ein neues Geschäftsfeld: Über ein Gemeinschaftsunternehmen, das den Namen **Corus** trägt, werden die Partner ins Center-Management einsteigen. Zwar müsse die Kartellbehörde die Kooperation noch prüfen, teilte Hochtief mit, doch ist das Unternehmen zuversichtlich, dass es hier keine Probleme gibt, angesichts der großen Marktpräsenz von Marktführerin **ECE** in diesem Segment. Das neue Gemeinschaftsunternehmen bietet den Angaben zufolge das komplette Angebot aus Center- und Property-Management für Shopping-Center, Einkaufs-Passagen und Fachmärkte.

### Deals

**Hildesheim:** **Telefónica O2 Germany** eröffnet Anfang 2010 einen 55 qm großen Store in der Hildesheimer 1a-Lage Hoher Weg 37. Vermieterin ist die **Promod Deutschland GmbH**. **Kemper's Jones Lang LaSalle** hat das Unternehmen bei der Expansion beraten.

**Köln:** Der Schuh- und Textilanbieter **Gruppo Moda Nanni** hat ein 80 qm großes Ladenlokal an der Ehrenstraße 8 in Köln gemietet. Das Geschäft wird ergänzend zu den Shops **Mini Milano** und **Senza** voraussichtlich im August mit einem neuen Textilkonzept eröffnen. **Comfort** vermittelte.

Nach Einschätzung von Henderson Global und McArthurGlen entwickelte sich Berlin in den vergangenen beiden Jahrzehnten jedoch zu einer internationalen Metropole, die für ihre kreative Kunst- und Designerszene weltweit bekannt ist. Das wollen sich die Investoren bei der Aufwertung des Centers, u.a. durch mehr **Internationalität beim Markenangebot**, zunutze machen. McArthurGlen hat in Europa 17 Designer Outlet Center mit 400 000 qm Fläche und 750 Premium-Marken.

Obwohl der deutsche Verbraucher für seine Sparsamkeit und seine Vorliebe insbesondere für preisgünstige Markenware bekannt ist, gibt es hierzulande bisher nur 5 Factory Outlet Center. **Einer der wesentlichen Gründe für diesen Mangel ist die starke Front des Einzelhandels gegen die preisgünstige Konkurrenz auf der grünen Wiese im dicht besiedelten Deutschland.** Vor diesem Hintergrund hielten sich auch Markenhersteller mit dem Einzug in geplante Fabrik-Verkaufs-Zentren vielfach zurück, da sie den Einzelhandel als Kunden und Hauptvertreiber ihrer Produkte nicht verlieren wollten. **Auch für Markenhersteller sind Factory Outlet-Center demnach ein zweiseitiges Schwert.** Inzwischen haben sich die Einstellung und die restriktive Genehmigungspraxis gelockert, wie die Wiesbadener **Ecostra GmbH** in ihrer Studie „**Factory Outlet Center in Europa**“ feststellt. Nach einer Übersicht des Unternehmens für Wirtschafts-, Standort- und Strategieberatung ist die Pipeline hierzulande



noch gut gefüllt. Demnach sind neben den bestehenden Zentren in **Zweibrücken Foto), Wertheim, Ingolstadt, Wolfsburg, Hermsdorf** und eben **Berlin-Wustermark** laut Ecostra etwa 20 Zentren angedacht oder in Planung.

Zum Vergleich: In **Großbritannien** gibt es 39 Factory bzw. Designer Outlet Center. Das ist der Spitzenplatz in Europa, doch sind auf der Insel auch bereits starke Sättigungs- bzw. Verdrängungstendenzen festzustellen. Gut besetzt sind auch bereits **Italien** mit 22, **Spanien** mit 18 und **Frankreich** mit 13 Zentren.

Doch auch in den europäischen Nachbarländern ist damit das Ende der Fahnenstange noch nicht erreicht. Laut Ecostra sind in Frankreich noch 14, in Italien weitere 10 und in Großbritannien noch 6 Objekte geplant, in Spanien aber nur 2 Objekte. Auch für Osteuropa sind die Planungen eher moderat.

In Deutschland geht ein Teil der geplanten FOC aus dem reinen Fabrikverkauf einzelner Markenhersteller hervor, die durch Flächenerweiterung zum Center für weitere Mieter ausgebaut werden. In einigen Fällen dienen Industriebrachen als Standorte. **Die Auflistung von Ecostra zeigt aber auch, dass einige der Pläne wieder aufgegeben werden – nicht nur, weil sich in den Kommunen Widerstand regt, sondern bisweilen auch, weil die Mieternachfrage fehlt.**

In Deutschland geht ein Teil der geplanten FOC aus dem reinen Fabrikverkauf einzelner Markenhersteller hervor, die durch Flächenerweiterung zum Center für weitere Mieter ausgebaut werden. In einigen Fällen dienen Industriebrachen als Standorte. **Die Auflistung von Ecostra zeigt aber auch, dass einige der Pläne wieder aufgegeben werden – nicht nur, weil sich in den Kommunen Widerstand regt, sondern bisweilen auch, weil die Mieternachfrage fehlt.**

## Finanzierung im Handel – Banken schauen sehr genau hin

Ruth Vierbuchen, Chefredakteurin „Handelsimmobilien Report“

An der Verkaufsfrent erlebt der Einzelhandel zwar noch nicht die befürchteten Folgen der Krise. Die **Verlängerung des Kurzarbeitergeldes** und die **relativ niedrigen Benzin- und Energiekosten** entlasten die **privaten Haushalte** noch. Doch bei der **Finanzierung** bekommt die Branche die Folgen der Bankenkrise voll zu spüren. Die Probleme des **Essener Arcandor-Konzerns** bei der Verlängerung seiner Kreditlinie sind ein spektakuläres - wenn auch nicht unbedingt repräsentatives - Beispiel für die **spezifische Kreditklemme im Einzelhandel.**

# Handelsimmobilien

## Report Nr. 48

### Cities & Center & Developments

VOM 12.06.09

Seite 16 von 16

#### Deals

**Hamburg:** Der Familienausstatter **JAKO-O GmbH** aus Bad Rodach mietete rund 1 400 qm Verkaufsfläche im **St. Petri Hof** über die Retail-Berater von **Atis-real**. Das Unternehmen füllt damit eine seit vielen Jahren bestehende Angebotslücke in der Hamburger City. Der Anbieter mit den Schwerpunkten Kinderbekleidung, Outdoor, Lernen und Kreativität, Spielwaren, Kindermöbel sowie Produktideen rd. um Reise und Haushalt vertreibt sein Sortiment bislang schwerpunktmäßig über den Versand. Nun eröffnet JAKO-O auch immer mehr Verkaufsstandorte im gesamten Bundesgebiet.

#### Impressum

##### Chefredaktion:

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

##### Kontakt:

[vierbuchen@rohmert.de](mailto:vierbuchen@rohmert.de)

##### Herausgeber:

Werner Rohmert

##### Korrespondentin Köln:

Christine Scharrenbroch

##### Verlag:

Research Medien AG,  
Repkestr. 5,  
33378 Rheda-Wiedenbrück,  
T.: 05242 - 901-250,  
F.: 05242 - 901-251  
E.: [info@rohmert.de](mailto: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.: 53 207

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

Nach einer Umfrage von KfW, HDE (Hauptverband des Deutschen Einzelhandels) und einiger Regionalverbände in der Zeit von Januar bis März klagten 40% der Befragten über erheblich erschwerte Bedingungen bei der Finanzierung: So sind laut Umfrage die Anforderungen an die **Dokumentation des Vorhabens** gestiegen (49% der Klagen) und an die **Offenlegung von Geschäftszahlen und Strategien (47,5%)**, da die Banken offenbar genauer prüfen. Über **höhere Zinsen** und die Forderung nach **höheren Sicherheiten** klagten 46 bzw. 41% der Befragten. Beteiligt haben sich an der Umfrage vor allem kleine Unternehmen (46%) mit 2,5 Mio. bis 10 Mio. Euro Umsatz, 24% der Befragten waren kleiner, 16% größer als die genannte Größenordnung.

**Augenfällig ist laut Umfrage, dass der Einzelhandel – gemessen an anderen Wirtschaftszweigen - häufiger über steigende Zinsen bei der Kreditvergabe klagt.** Woran liegt das? „Gründe für diese Benachteiligung liegen vor allem in der Struktur des Einzelhandels, der überwiegend aus kleinen und mittelständischen Unternehmen besteht“, heißt es in der Studie. **Ein hoher Finanzierungsaufwand für Miete, Warenbestand und Ausstattung gehe in der Branche meist mit einer niedrigen Eigenkapitalquote einher.**

Dass die Kosten der Kreditvergabe im Einzelhandel – aber auch in anderen Bereichen – generell steigen, obwohl die **Europäische Zentralbank (EZB)** seit September die Leitzinsen sehr deutlich gesenkt hat, **belegt laut Studie vor allem die große Verunsicherung der Kreditinstitute.** Vor dem Hintergrund dieser Finanzierungsschwierigkeiten gab ein Fünftel der befragten Einzelhändler an, dass sich das Klima zwischen Banken und Kunden verschlechtert hat.

Die veränderte Geschäftspolitik der Banken, d.h. die restriktivere und viel vorsichtigere Kreditvergabe, hat nach Angaben von etwa 41% der Befragten dazu geführt, dass ihre Investitionskredite abgelehnt wurden. Die Kreditinstitute bemängeln im Einzelhandel offenbar, dass oft Sicherheiten fehlen. „Vor allem größere Unternehmen haben die Skepsis der Banken und ihre geänderte Geschäftspolitik deutlich häufiger erfahren müssen“, heißt es in der Studie.

Als wichtigste Finanzierungsquelle dient den meisten deutschen Einzelhändlern die **Innenfinanzierung** aus Gewinnen, Abschreibungen und Rückstellungen mit (52%) vor **kurzfristigen Bankkrediten** (45%), **langfristigen Bankkrediten** (26%) sowie **Lieferantenkredit** (24%).

Es gibt aber auch Positives zu berichten. **So gaben 56% der Befragten an, dass die Finanzierungsbedingungen für sie gleich geblieben sind.** Vor diesem Hintergrund wollen 22% der Einzelhändler mehr investieren als im Vorjahr. Im vergangenen Jahr lag die Zahl mit 23,9% leicht höher. 34% der Befragten werden allerdings ihre Investitionen gegenüber Vorjahr zurückfahren. Das ist laut Studie aber weniger als in anderen Wirtschaftszweigen. Der Grund: Der Einzelhandel richtet seinen Fokus stärker auf den Binnenmarkt und der ist bekanntlich derzeit stabiler als die Auslandsmärkte. Der Durchschnitt aller Wirtschaftszweige lag bei 37%. Am häufigsten (61,2%) wickeln die Händler ihre Geschäfte mit **Sparkassen und Landesbanken** ab, vor **Genossenschaftsbanken** (47,5%) und **privaten Geschäftsbanken** (25%).

