

TextilWirtschaft
NEWS | FASHION | BUSINESS

ecostra

Märkte verstehen | Risiken bewerten | Chancen erkennen

Mieter watschen neue Mega-Center in Leipzig und Frankfurt ab

Die neuen Einkaufszentren in Leipzig (Höfe am Brühl) und Frankfurt/Main (Skyline Plaza) bekommen von ihren Mietern miserable Noten. Das ist das Ergebnis des Shoppingcenter Performance Report 2014 von ecostra, Immobilien Zeitung und TextilWirtschaft (beide dfv Mediengruppe). Auf Platz eins steht erneut das Lago in Konstanz. Wichtigstes Thema aus Sicht der Mieter ist die Kundenfrequenz im stationären Handel.

Zwei der prominentesten neuen Einkaufszentren in Deutschland haben offensichtlich einen Fehlstart hingelegt. Dies legen die Ergebnisse des Shoppingcenter Performance Report 2014 (SCPR 2014) nahe. Bei dieser Mieterbefragung in 400 deutschen Einkaufszentren bekommen die Höfe am Brühl in Leipzig (4,00) und das Skyline Plaza in Frankfurt/Main (4,10) äußerst schwache Noten und landen ganz am Ende einer Rangliste von 260 deutschen Einkaufszentren. Die Mieter bewerteten die Zufriedenheit mit den Umsätzen in ihren jeweiligen Geschäften. Die Höfe am Brühl wurden im September 2012, das Skyline Plaza im August 2013 eröffnet. Entwickler der Höfe am Brühl ist die Firma mfi, Eigentümer deren Mutterkonzern Unibail-Rodamco. Das Skyline Plaza wurde vom deutschen Marktführer ECE gebaut und gehört mehrheitlich der Allianz-Versicherung.

Den Spitzenplatz beim SCPR 2014 belegt erneut ein Center, das unmittelbar an der Schweizer Grenze liegt: das Shoppingcenter Lago in Konstanz (1,14). Das Lago erreicht diesen Spitzenplatz zum dritten Mal in Folge. Auf Platz zwei findet sich das Main-Taunus-Zentrum bei Frankfurt/Main (1,32), das in diesem Jahr seinen 50. Geburtstag feiert, den dritten Platz belegt das Breuningerland Sindelfingen (1,38). Die Top Ten komplettieren der Emspark in Leer, die Citti-Parks in Kiel und Lübeck (jeweil 1,60), das Centro Oberhausen (1,68), das Famila Einkaufsland Wechloy in Oldenburg (1,69), das Mercado in Hamburg-Altona (1,70) und das Breuningerland in Ludwigsburg (1,74).

Bei der vierten Auflage des SCPR zeigt sich, dass einige Center ihre Position deutlich verbessern. Dies kann am Management, neuen Mietern oder der Vergrößerung bzw. Revitalisierung eines Centers liegen. Auffällig ist die positive Entwicklung des 2009 eröffneten Komm in Offenbach. Es startete 2011 mit der Note 3,83 in den SCPR, stürzte 2013 auf 4,17 ab und dreht nun mit 2,91 in den positiven Bereich. „Diese Verbesserung ist außerordentlich bemerkenswert, denn man musste befürchten, dass in der Offenbacher Innenstadt ein notleidendes Center entsteht“, sagt ecostra-Geschäftsführer Joachim Will, der Initiator des SCPR. Auch die Schloss-Arkaden Braunschweig (1,89), der Marler Stern (2,40), das Atrium in Weimar (2,44), die Centrum-Galerie Dresden (2,83) oder das Schloss-Straßen-Center in Berlin (2,60), das seit 2012 einen Primark beherbergt, sind in der Gunst der Mieter kontinuierlich gestiegen.

Ihr Ansprechpartner:

Dr. Joachim Will
ecostra Wirtschafts-,
Standort- und Strategie-
beratung in Europa
Telefon: 0611 716 95 75 0
joachim.will@ecostra.com

TextilWirtschaft
NEWS | FASHION | BUSINESS

ecostra

Märkte verstehen | Risiken bewerten | Chancen erkennen

Umgekehrt gibt es aber auch Center, die sich nach unten entwickeln. Das City-Center Langenhagen, das 2012 noch eine Durchschnittsnote von 1,83 bekam, steht 2014 bei 3,50. Die Rathaus-Galerie Wuppertal (3,50), die Europa-Galerie Saarbrücken (3,60), die Schlosshöfe Oldenburg (3,64) und das Europa-Center in Berlin (3,86) scheinen ebenfalls zu schwächeln. Schlusslicht von 260 Einkaufszentren, die in die Wertung kamen, ist die 2012 eröffnete Postgalerie in Speyer (4,44).

Erstaunt zeigt sich Joachim Will darüber, „wie viele prominente Neueröffnungen der letzten Jahre lediglich im Mittelfeld herumdümpeln“. Dazu zählen der Limbecker Platz in Essen (2,84), die Thier-Galerie in Dortmund (3,08) oder die Rheingalerie Ludwigshafen (3,33). Dass Einkaufszentren auch im dicht besetzten deutschen Markt von Anfang an funktionieren können, zeigt die gute Note für die erst im vergangenen Jahr vollständig eröffneten Pasing-Arcaden in München (2,13). Die beste Note in der deutschen Center-Hauptstadt Berlin bekommt erneut das Alexa (1,83).

Ungeachtet der Konkurrenz durch den Onlinehandel zeigen sich die Filialisten unverändert expansiv. Im Durchschnitt wollen die 78 Unternehmen, die sich am SCPR 2014 beteiligten, elf neue Läden in den kommenden zwölf Monaten eröffnen. Das aus ihrer Sicht wichtigste Thema ist die Entwicklung der Kundenfrequenz im stationären Handel. Eine Änderung der Ladenöffnungszeiten, die von führenden Handelsmanagern oder vom Handelsverband Deutschland (HDE) ins Gespräch gebracht werden, um dem Onlinehandel Paroli zu bieten, hat aus Sicht der Centermieter keine Priorität.

Für den Shoppingcenter Performance Report 2014 haben die Firma ecostra sowie die Immobilien Zeitung und die TextilWirtschaft als Medienpartner die Mieter in 400 deutschen Einkaufszentren mit mehr als 10.000 qm Geschäftsfläche um ihre Meinung gebeten. Gefragt wurde u.a., wie zufrieden die Ladeninhaber mit den Umsätzen im Vergleich zu ihren Läden in anderen Shoppingcentern sind. Die Mieter konnten Noten von 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft) vergeben. In die Wertung kamen nur Center, denen mindestens fünf Mieter eine Note gaben; dies waren 260. Die Mieter selbst mussten in mindestens drei der 400 Center vertreten sein. Die Umfrage wurde nach 2011, 2012 und 2013 zum vierten Mal durchgeführt.

Details zur Auswertung werden in den morgen erscheinenden Ausgaben von Immobilien Zeitung und TextilWirtschaft veröffentlicht.

Die Partner der Studie

Die **ecostra GmbH**, Wiesbaden, zählt zu den führenden Unternehmensberatungen im Bereich der Immobilienwirtschaft und des Einzelhandels. Neben Consultingaufgaben (wie z.B. Optimierung des Filialnetzes von Handelsunternehmen, Erstellung von Standortanalysen und Analysen zur Expansionsplanung sowie Machbarkeits- und Rentabilitätsuntersuchungen für Projektentwickler, Finanzdienstleister und Investoren) erarbeitet ecostra auch marktfähige Flächen- und Nutzungskonzepte für Einkaufszentren bzw. analysiert die Chancen und Risiken z.B. des Relaunchs von notleidenden Zentren. Neben der Privatwirtschaft arbeitet ecostra auch für den öffentlichen Sektor, erstellt hier kommunale und regionale Einzelhandelskonzepte und bietet Sachgutachten für Genehmigungs-, Verwaltungs- und Kartellgerichtsverfahren. Das räumliche Betätigungsfeld umfasst alle Länder Europas.

TextilWirtschaft
NEWS | FASHION | BUSINESS

ecöstra

Märkte verstehen | Risiken bewerten | Chancen erkennen

Die **Immobilien Zeitung** zählt zu den führenden Fachzeitschriften für die Immobilienwirtschaft in Deutschland. Jede Woche berichtet die IZ über das Geschehen auf dem Immobilienmarkt, liefert Hintergründe, Marktdaten, Personen- und Unternehmensnachrichten. Qualität und Exklusivität werden garantiert durch eine kompetente Redaktion mit Standorten in Berlin, Hamburg, Nürnberg, Stuttgart und Wiesbaden.

Die **TextilWirtschaft**, die einzig wöchentlich erscheinende Fachzeitschrift im deutschsprachigen Raum für die Textil- und Bekleidungsbranche, vermittelt einen umfassenden Überblick über das gesamte Spektrum vom Einzelhandel bis zur Textil- und Bekleidungsindustrie. Die TextilWirtschaft bietet Branchenprofis exklusive News, Berichte und Marktstudien. Über 35 Journalisten und Korrespondenten berichten aus den europäischen Mode-Metropolen über das Geschehen in der Branche – von der Produktidee über die Vertriebsstrategie bis hin zum Abverkauf.

Immobilien Zeitung und TextilWirtschaft gehören zur dfv Mediengruppe, Frankfurt am Main. Mit über 100 Fachzeitschriften, über 100 digitalen Angeboten sowie 500 aktuellen Fachbuchtiteln ist die dfv Mediengruppe eines der größten konzernunabhängigen Fachmedienunternehmen in Deutschland und Europa.