

IMMOBILIEN ZEITUNG

FACHZEITUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT

BNP PARIBAS REAL ESTATE

Besuchen Sie uns auf der EXPO REAL, Stand C2.220.

realestate.bnpparibas.de

<p>Nach den 41,5% von Angela Merkel bei der Bundestagswahl gibt es viele Forderungen. Im Fall der Eigenheimzulage hofft der ZIA auf ein Nein der möglichen Koalitionspartner.</p> <p>SEITE 3</p>	<p>Privatisierer freuen sich derzeit über Superegeschäfte. Es ist genug für alle da: Newcomer und alte Hasen profitieren kräftig vom Run auf die Bestands-Eigentumswohnung.</p> <p>SEITE 6</p>	<p>Johannes Meran gibt die Leitung der conwert ab. Er findet, zum richtigen Zeitpunkt. Das Unternehmen sei nach turbulenten Zeiten in ruhigeres Fahrwasser geraten.</p> <p>SEITE 4</p>	<p>Wer in Deutschland als Immobilieninvestor Steuern sparen will, muss in Denkmale gehen. Experten warnen jedoch vor zinsinduzierten Käufen.</p> <p>SEITE 11</p>
--	--	--	--

26.9.2013 Ausgabe 38/2013 www.immobilien-zeitung.de D12653 wochentlich 5,40 EURO Immobilien Zeitung Verlag, PF 34 20, 65024 Wiesbaden

KAIRONOS

EIGENKAPITAL FÜR PROJEKTENTWICKLUNGEN

www.equitypartnership.de

SHOPPINGCENTER PERFORMANCE REPORT 2013

Lago ist bestes Shoppingcenter



Das Einkaufszentrum Lago in Konstanz. Bild: Lago

Das Lago in Konstanz ist auch in diesem Jahr das Einkaufszentrum mit den zufriedensten Mietern. Das ist das Ergebnis des Shoppingcenter Performance Reports (SCPR) 2013. Das Lago profitiert wie das Rheincenter in Weil am Rhein (Platz 4) enorm von den Kunden aus der Schweiz. Die beiden „Breuningerländer“ landen auf den Plätzen zwei und drei. Als Standort für ein Center favorisieren die Händler die Innenstadt – auf Parkplätze wollen sie deshalb aber nicht verzichten.

Zum dritten Mal hat ecostra die Mieter in deutschen Einkaufszentren befragt, wie zufrieden sie mit der wirtschaftlichen Performance ihrer Läden sind. 400 Center standen zur Auswahl, 75 Einzelhändler und Gastronomen beteiligten sich an der Online-Umfrage. Die Ergebnisse fasst Will so zusammen: „Überraschend ist die Konstanz, mit der sich die meisten Center einordnen. Es gibt einige Verrutschungen bei den Platzierungen, was kein Wunder ist bei Noten mit zwei Stellen hinter dem Komma. Aber wir finden oben und unten im Prinzip dieselben Namen.“

Handelsumsätze in seinem IHK-Bezirk kommen aus der Schweiz. Das Thema ist so wichtig, dass sich die IHK bei Finanzminister Wolfgang Schäuble dafür einsetzt, dass die Mehrwertsteuer-Rückerstattung für die Schweizer Kunden in der jetzigen Form beibehalten wird (siehe „Schweizer Grenze ist eine Goldgrube“, Seite 12).

Es sind nicht unbedingt die mit dreistelligen Millionenbeträgen neu in den Markt gedrückten Einkaufszentren, die beim SCPR 2013 vorne liegen. Eher dominieren die alten, immer wieder à jour gehaltenen Schlachtrösser. Und eine Überraschung ist auch dabei. Das unscheinbare Rheincenter in Weil am Rhein landet mit der Note 1,60 auf Platz vier des Rankings. „Ein alter Eimer“, sagt Joachim Will, Geschäftsführer des Standortgutachters ecostra, über diesen Nahversorger. „Aber er funktioniert gut.“

Der Erstplatzierte von 2012 steht wieder oben: das Lago in Konstanz. Wie das Rheincenter liegt das Lago unmittelbar an der Schweizer Grenze und profitiert vom Einkaufstourismus infolge des starken Franken. Ähnliches hatte sich schon beim österreichischen Shoppingcenter Performance Report gezeigt. Auch hier stand mit dem Messepark Dornbirn ein Center an der Spitze, in dem viele Schweizer einkauften. „Das Gebiet von Offenburg entlang der Grenze bis München ist für den Einzelhandel eine gold coast“, sagt Bertram Paganini von der IHK Hochrhein-Bodensee in Konstanz. Rund 30% der

Abgesehen von den Centern mit Sonderkonjunktur finden sich unter den ersten zehn viele vertraute Namen der deutschen Centerlandschaft: die „Breuningerländer“ in Sindelfingen und Ludwigsburg, das Famila Einkaufszentrum Wechloy in Oldenburg, das kürzlich erweiterte Main-Taunus-Zentrum bei Frankfurt oder das Centro Oberhausen. Neu in den Top Ten sind die City-Galerie Siegen, die Altmarkt-Galerie in Dresden (ebenfalls kürzlich erweitert) und das 1969 eröffnete Südring-Center in Paderborn. Der schlechte Eingeschossener, laut Homepage mit 45 Läden das „größte Center zwischen Paderborn und Kassel“, bietet mietenseitig zwar nicht mehr als Hausmannskost (Media-Markt, Aldi, Minipreis, dm etc.), ist aber offenbar auch so ein „alter Eimer“, der den Bedürfnissen der Kunden vollauf Genüge tut. Weiter auf Seite 13

IVG möchte Bewerter abbauen

Nur ein Bewerter statt Gutachterauschluss – ein Vorschlag für die Kunden der IVG-Spezialfonds sorgt für Unruhe. (Seite 7)

Schichtarbeit 3D-Druck

Noch nutzt die Branche 3D-Drucker nur für Modelle, schon 2014 könnte das erste richtige Haus gedruckt werden. (Seite 8)

Bank wird Dienstleister

Im Zuge des Umbaus der Berlin Hyp zur Sparkassentochter soll das Provisionsgeschäft an Bedeutung gewinnen. (Seite 10)

Dussmann macht in Kälte

Dussmann hat die Dresdner Kühlanlagenbau übernommen. Kälte/Klima gilt dem Berliner FM-Anbieter als das technische Modul der Zukunft. (Seite 15)

Schwarzarbeit? Mängel? Pech!

Ein Vertrag über Schwarzarbeit ohne Rechnung ist nichtig. Der Unternehmer kriegt kein Geld. Aber er muss auch keine Mängel beseitigen, sagt ein Urteil. (Seite 16)

Aareal Bank Group

Vertrauen ist unser wichtigstes Kapital. Seit 90 Jahren.

Mehr zur Unternehmensgeschichte: www.aareal-bank-90years.com

Der Shoppingcenterverbesserer.

Thomas Doerr, Partner

COMFORT CENTER DEVELOPMENT

www.comfort.de

REGIONALE MÄRKTE

Ein Megaprojekt der Stadtentwicklung, wenn es denn so weit ist. Das Gelände der ehemaligen IBM-Zentrale in Stuttgart, immerhin knapp 20 ha groß und mit denkmalgeschützten Eiermann-Bauten bestückt, soll zur Adresse eines neuen Stadtteils werden. Ein Investor wird gesucht. (Seite 19)

ROBERT C. SPIES

Am sechstgrößten Industriestandort Deutschlands – Industrie- / Logistik-Immobilie. cash cow in Profitorbit

Bremen – zum 5-fachen?

7 0421 173 93-50 | www.rcspies.de

WE MAKE REAL ESTATE WORK

BILFINGER REAL ESTATE

expo real Besuchen Sie uns: Halle B1 – Stand 214 / 220

Integrierte Dienstleistungen aus einer Hand. International, national und lokal bieten wir das komplette Leistungsspektrum rund um die Immobilie. Von der Beratung und Betreuung bis zur Kostenoptimierung und Wertsteigerung für alle Nutzungsarten und über den gesamten Lebenszyklus. Mit erstklassigem Service und ausgezeichneter Beratungskompetenz schaffen wir nachhaltig Werte, damit sich unsere Kunden ganz auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren können. Sagen Sie uns, was Sie bewegt und wir finden für Sie die optimale Lösung. So einfach ist das.

www.realestate.bilfinger.com

EINKAUFSTOURISMUS

Schweizer Grenze ist eine Goldgrube

Dass zwei Einkaufszentren an der Schweizer Grenze beim Shoppingcenter Performance Report (SCPR) 2013 oben stehen, ist kein Wunder. Die grenznahen Gebiete profitieren stark von den Schweizer Kunden. Konstanz und Weil am Rhein sind nach einer Untersuchung von GfK die wichtigsten deutschen Einkaufsorte für Eidgenossen. Vor allem Lebensmittel, Drogeriewaren und Textilien sind gefragt.

Das Rheincenter in Weil am Rhein steht zwar auf deutschem Boden, aber ist es eigentlich noch ein deutsches Einkaufszentrum? 75% seiner Umsätze macht das Center mit Kunden aus dem Ausland. 50% Schweiz, 25% Frankreich, 25% Deutschland. „Wir sind das südöstlichste Haus Deutschlands“, sagt Centermanager Günther Merz. Das Rheincenter wurde von seinen Erbauern passgenau ins Dreiländereck Deutschland, Frankreich, Schweiz platziert. Beide Nachbarländer sind zu Fuß in wenigen Minuten erreichbar.

Dass das Center, in dem er seit 15 Jahren Dienst tut, beim SCPR 2013 in puncto Mieterzufriedenheit auf Platz vier von 400 deutschen Einkaufszentren landet, findet er „erfreulich“. Merz kennt auch noch die Zeiten, als es nicht so gut lief. „Zu uns kommen zwischen 18.000 und 22.000 Kunden am Tag.“ Gekauft werden vor allem Drogeriewaren („dm ist heiß begehrt“), Kleidung („Ladelläden wie H&M oder New Yorker sind in der Schweiz wesentlich teurer“) und Lebensmittel. „Der Marktkauf ist unser größter Magnet.“ Das SB-Warenhaus der Edeka, der das Rheincenter auch gehört, hat stolze 12.000 m² Verkaufsfläche. Außerdem gibt es noch ein Kino, ein Hotel und ein Fitnesscenter. Nach seiner geplanten Erweiterung wird das Rheincenter 55.000 m² Gesamtfläche haben. Nicht schlecht für eine Stadt mit 30.000 Einwohnern. 2014 wird dann auch noch die Straßenbahn nach Basel fertig. Eigentümer des Rheincenters ist die Edeka-Gruppe.



Bild aus dem ECE-Einkaufszentrum Stüchi in Basel, das unter dem Kaufkraftabfluss nach Deutschland schwer zu leiden hat. Einer Studie von GfK zufolge zählt das Stüchi in puncto Flächenproduktivität zu den Schlusslichtern in der Schweiz. Bild: ecostra

Weil am Rhein und Konstanz, wo mit dem Lago der Sieger beim SCPR 2013 steht, sind nach einer Studie der Schweizer Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) zusammen mit Waldshut die „Top-Einkaufsorte“ für Schweizer auf deutschem Boden. Laut GfK gaben die Schweizer im Jahr 2012 rund 4,6 Mrd. Euro in Deutschland aus, davon dürfte über die Hälfte auf gezielte Einkaufsfahrten für Lebensmittel, Drogerieartikel oder Kleidung entfallen. Manche Drogerieartikel kosten in Deutschland auf Euro-Basis

gerechnet nur die Hälfte. Befragt, warum sie in Deutschland einkaufen, gaben 81% der Schweizer die niedrigeren Preise an, 53% den Wechselkurs und 41% die Tatsache, dass sie in Deutschland bezahlte Mehrwertsteuer zurückerstattet bekommen.

Weil und Konstanz sahen ab

Schätzungen der IHK Hochrhein-Bodensee zufolge flossen von den Schweizer Gesamtausgaben im deutschen Einzelhandel in Höhe von 4,6 Mrd. Euro allein 1,3 Mrd. Euro in den Raum Konstanz. Die lokale Wirtschaft stellt sich deshalb nicht nur im Sortiment auf die Schweizer Kunden ein, die IHK tut auch alles dafür, dass den Eidgenossen wie bisher die deutsche Mehrwertsteuer nach dem Einkauf zurückerstattet wird. Die Kammer wehrt sich vehement gegen Forderungen, die Mehrwertsteuer erst ab einem bestimmten Einkaufswert („Bagatelgrenze“) zurückzuerstatten. „Wir halten in dieser Sache einen engen Kontakt zum Zoll und zu Finanzminister Wolfgang Schäuble“, sagt Berttram Paganini, Leiter der Geschäftsstelle Konstanz der IHK Hochrhein-Bodensee. Würde die Mehrwertsteuer z.B. erst ab 100 Euro zurückerstattet, fiel das Gros der Einkäufe, unterstellt man einen Durchschnittsbeton pro Deutschlandbesuch von 30 Euro bis 40 Euro, nicht mehr darunter. „Das wären gleich Hunderte Millionen Euro, die fehlen“, so Paganini. Im Übrigen sei das Ganze ein Geben und Nehmen. Während die deutschen Geschäfte vom günstigen Wechselkurs profitieren, machen die Schweizer Tankstellen mit deutschen Tanktouristen einen Reibach. „In Konstanz, einer

Stadt mit 80.000 Einwohnern, gibt es nur drei Tankstellen. Jenseits der Grenze gibt es gleich einen ganzen Haufen.“ Angeblich lassen die Deutschen in der Grenzregion 2 Mrd. Euro Tankumsätze in der Schweiz.

IHK-Mann Paganini weiß aber auch, dass die Zollbeamten an der Grenze mit der Mehrwertsteuer-Bürokratie „gewaltig zu tun haben“ und dass auch die deutschen Kunden das Gesicht verziehen, wenn „sie an der Kasse stehen und 20 Schweizer vor ihnen den grünen Ausfuhrzettel (Zollbescheinigung, d. Red.) abgestempelt haben wollen“. Derzeit werde deshalb nach Wegen gesucht, die Arbeitsabläufe für den Zoll zu erleichtern, so Paganini, z.B. durch den Einsatz neuer IT-Verfahren. Inzwischen erreichen die IHK in Konstanz Anrufe von Hamburger Geschäftsinhabern, die Schweizer Kunden im Laden stehen haben und fragen, wie das mit der Mehrwertsteuer-Rückerstattung laufe.

Deutsche Kunden genervt

Allerdings birgt der Boom auch Risiken. Weil 30% der Einzelhandelsumsätze im IHK-Bereich Konstanz aus der Schweiz kommen, gibt es auch deutlich mehr Verkaufsfläche, als für die Versorgung des deutschen Marktgebiets eigentlich nötig wäre. Was also, wenn die Schweizer irgendwann einmal nicht mehr in Scharen kommen? „Das sage ich den Filialisten auch immer“, so Paganini. Einstweilen ist ein Ende des Kundenzustroms allerdings nicht in Sicht. „Das ganze Gebiet hier unten ist eine gold coast“, so der IHK-Mitarbeiter. Und warum? „Im Schnitt hat jeder Schweizer 2.000 Euro mehr im Geldbeutel als ein Deutscher.“ (rs)



Blick in die Ladenstraße des Rheincenters in Weil am Rhein. Bild: ecostra

WARENHAUS

Signa steigt bei Karstadt ein

Signa-Gruppe übernimmt die Mehrheit an den Betreiber-Gesellschaften von Karstadt Sport und der drei Premiumhäuser des Karstadtkonzerns (KaDeWe, Alsterhaus, Oberpollinger). 300 Mio. Euro wollen die Österreicher in Karstadt investieren.

Die österreichische Immobiliengruppe Signa steigt in den Betrieb der Karstadt-Warenhäuser ein und stützt damit ihren eigenen Mieter. Wie Signa mitteilt, übernimmt Signa 75,1% an der operativen Karstadt-Premium-Group (KaDeWe Berlin, Oberpollinger München, Alsterhaus Hamburg) und 75,1% an der operativen Karstadt-Sports-Gesellschaft (28 Häuser). Die Kartellbehörden müssen allerdings noch zustimmen.

Berggruen Holdings bleibt an den Gesellschaften mit 24,9% beteiligt und behält das Kerngeschäft der 83 Warenhäuser. Im Gegenzug für die Übernahme der Anteile soll Signa 300 Mio. Euro in Karstadt investieren. „Das ist der Betrag, den die Gewerkschaft Verdi immer gefordert hat“, heißt es in Verhandlungskreisen. Berggruen selbst beteiligt sich an den 300 Mio. Euro mit einem „Minibetrag“. Das Geld fließt angeblich in alle Karstadt-Filialen, nicht nur die, die Signa gekauft hat. Signa-Chef Christoph Stadthuber: „Als größter Vermieter von Karstadt ist dies für uns eine strategische Investition in das Unternehmen.“ Karstadt-Investor Nicolas Berggruen: „Es fließt kein Kaufpreis an Berggruen Holdings. Dies ist mein Beitrag zur Gesundheit des Unternehmens.“

ANZEIGE

SPRENGNETTER
Immobilienbewertung

**DIE GANZE WELT DER
IMMOBILIENBEWERTUNG**

- Gutachten
- Objektbesichtigungen
- Portfoliobewertungen
- Aus- und Weiterbildung
- Zertifizierung
- Bewertungssoftware
- Fachverlag
- Marktforschung

BERATUNGSHOTLINE 02642 97 96 900
info@sprengnetter.de
www.sprengnetter.de

Signa hat nach eigenen Angaben für 1,5 Mrd. Euro insgesamt 20 Karstadt-Warenhäuser erworben. Dazu zählen u.a. das Oberpollinger und der Karstadt Sport in München, der, wie zu hören ist, bereits wieder an eine süddeutsche Familie weiterverkauft worden ist. Im Dezember 2012 gab Signa den Kauf von 17 Karstadt-Immobilien vom Highstreet-Konsortium bekannt, darunter das KaDeWe in Berlin. Welche Warenhäuser sonst noch in diesem Paket stecken, behält Signa für sich. Nach IZ-Informationen sind München (Bahnhofplatz), Nürnberg (Lorenzkirche), Dortmund, Dresden, Freiburg, Trier, Stuttgart (Königsstraße), Berlin-Kurfürstendamm, Köln (Breite Straße) und eine Filiale in Hamburg dabei. Dazu kommen eine Reihe schwächerer Standorte, die Signa nur durchhandeln will.

Mit dem Einstieg bei Premium und Sport sind offenbar die Voraussetzungen für das „Closing“ der 17er-Transaktion (Eigentumsübergang, Zahlung des Kaufpreises) erfüllt. Es sollte eigentlich schon Ende Juni stattfinden. „Archon befindet sich bereits mit der Vermarktung eines weiteren Pakets“, heißt es in Immobilienkreisen. Archon, der Asset-Manager für Goldman Sachs, und Prelios führen aufseiten des Highstreet-Konsortiums die Verhandlungen über die Verkäufe der Karstadt-Immobilien.

Ein Warenhausexperte bezeichnete den Einstieg von Signa als „klugen Schachzug“. Karstadt bekomme durch die Finanzspritze Luft, weiter an seiner Neuausrichtung zu arbeiten. Gleichzeitig würden die Premiumsparte und das Sportgeschäft gesellschaftsrechtlich so weit von den übrigen Karstadt-Häusern gelöst, dass sie von einer Schieflage des Warenhausgeschäfts nicht notwendigweise tangiert wären. Offenbar geht es Signa-Chef Benko bei seinem Einstieg bei den Premiumhäusern vor allem darum sicherzustellen, dass das KaDeWe, für das Signa angeblich 500 Mio. Euro gezahlt hat, in seinem Sinne geführt wird. „Das KaDeWe ist definitiv nicht drittwertungsfähig“, heißt es. Karstadt Sport dagegen werde Signa früher oder später weiterverkaufen, so die Einschätzung eines Insiders. (rs)

Unser Wachstum sucht weitere Flächen!

ROSSMANN
Mein Drogeriemarkt

DEUTSCHLAND

STANDORTE:

- Städte oder selbständige Stadtteile ab ca. 8.000 Einwohner
- Innenstadt: 1a-Lagen bis 1b-Lagen Einzelhandelsstandorte und Einkaufszentren mit hoher Kundenfrequenz
- Gewerbegebiet: attraktive Einkaufs- und Fachmarktzentren mit umfangreichem und lukrativem Branchenmix

FLÄCHENBEDARF:

- Verkaufsfläche: ca. 500 bis 800 m²
- repräsentative Schaufensterfront
- Ladenbreite: mind. 10,5 m
- Nebenräume: ca. 100 bis 120 m² (Personalraum, WC und Lager)
- Straßenverkauf: mind. 4 m²

ROSSMANN Zentrale
Dirk Rossmann GmbH
Isernhägener Straße 16
30938 Burgwedel
Tel.: +49 (0) 51 39 / 8 98-46 81
Fax: +49 (0) 51 39 / 8 98-41 29
expansion@rossmann.de
www.rossmann.de

denn's
BIOMARKT

DEUTSCHLAND UND ÖSTERREICH

STANDORTE:

- Städte oder selbständige Stadtteile ab ca. 30.000 Einwohner
- Innenstadt: 1a-Lagen bis 1b-Lagen, Einzelhandelsstandorte mit hoher Kundenfrequenz
- Fachmarktgebiet/Ausfallstraße: attraktive Einkaufs- und Fachmarktzentren mit umfangreichem und lukrativem Branchenmix sowie Söllstandorte an Hauptverkehrsachsen

FLÄCHENBEDARF:

- Verkaufsfläche: ca. 300 bis 800 m²
- repräsentative Schaufensterfront
- Ladenbreite: mind. 11 m
- Nebenräume: ca. 100 bis 120 m² (Personalraum, WC und Lager)
- mind. 25 Stellplätze bei PKW-orientierten Standorten

Expansion Zentrale
denn's Biomarkt GmbH
Ein Unternehmen der dennree-Gruppe
Hofer Straße 11
95183 Töpen
Tel.: +49 (0) 92 95 / 18-5502
Fax: +49 (0) 92 95 / 91 41-5502
expansion@denns.de
www.denns-biomarkt.de

Ernstings family
Von fröhlichen Familien empfohlen.

DEUTSCHLAND UND ÖSTERREICH

STANDORTE:

- Stadtteilagen sowie innerstädtische 1a- und 1b-Lagen, gut frequentierte Einkaufs-, Fachmarkt- und Mahversorgungszentren
 - Einzugsgebiet mind. 15.000 Einwohner
- FLÄCHENBEDARF:**
- Verkaufsfläche ca. 130 bis 160 m²
 - repräsentative Schaufensterfront
 - ca. 6 bis 10 m Frontbreite
 - rund 30 m² Nebenräume

Expansion Zentrale
Ernstings family GmbH & Co. KG
Hugo-Erning-Platz / Industriestraße 1
D-48653 Coesfeld-Lette
Tel.: +49 (0) 25 46 / 77 0
Fax: +49 (0) 25 46 / 77 49 90
expansion@ernstings-family.com
www.ernstings-family.de



Besuchen Sie uns in München: Halle C2 · Stand 430 · Wir freuen uns auf Sie!

FORTSETZUNG VON SEITE 1

Lago ist bestes Shoppingcenter

Am Ende des Rankings finden sich ebenfalls ähnliche Center wie 2011 und 2012. Schlusslicht sind erneut die Aachen Arkaden. Auf diese Mall sieht ecostra-Mitarbeiter Thomas Terlinden, Betreuer des SPCR, schwere Zeiten zukommen. „Wenn einmal das neue ECE-Center in der Aachener Innenstadt eröffnet hat, wird es für die Arkaden noch schwerer.“ Das Lilien Carré in Wiesbaden, für das Acrest nach einem neuen Konzept sucht, das Mira in München, 2009 eröffnet und mittlerweile beim dritten Centermanager gelandet (Koprian IQ), oder das Komm in Offenbach (auch ein Fall für den Center-Notarzt Koprian) sind ebenfalls alte Bekannte im Tabellenkeller. Alle genannten Center bekommen die Note 4,00 oder schlechter (Notenskala 1 bis 5), bei allerdings zumeist weniger als zehn Bewertungen. Wenig schmeichelhaft sind auch die Noten für das Rheinpark-Center in Neuss (3,82), ein mit großem Aufwand zum Shoppingcenter aufwertetes Fachmarktzentrum. Von den bedeutendsten Centern, die 2013 erstmals bewertet wurden, schneiden die Tiergalerie in Dortmund mittelpfächtig (2,96) und das Boulevard Berlin (3,71) schwach ab.

Zu den Shoppingcentern, die ihre Note gegenüber 2012 stark verbessert haben, zählen die Wilhelmstraße in Ludwigsburg (2,20), der Bördepark in Magdeburg (2,00) und das Schwarzwald-Baar-Center (1,83). Deutlich gesunken in der Gunst der Mieter sind das Forum Steglitz in Berlin (3,64) und die Schlosshöfe Oldenburg (3,76).

Wie 2012 wurden auch wieder Verkehrsbauprojekte (Flughäfen, Bahnhöfe) in die Untersuchung aufgenommen. In dieser Kategorie schneiden die Promenaden im Hauptbahnhof Hannover (1,33) am besten ab. Es folgen Vorjahressieger Hauptbahnhof Köln (1,80) und der Münchner Hauptbahnhof (2,00). Bester Flughafen: München (2,57), der Frankfurter Airport kommt mit nur vier Nennungen nicht in die Wertung. Voraussetzung für eine Platzierung sind fünf Mietverträge für ein Center.

ECE bei den Betreibern vorn

In diesem Jahr haben 75 Filialunternehmen am SPCR teilgenommen, zwei weniger als 2012. Die Teilnehmer verfügen aber insgesamt über ein größeres Filialnetz, sodass die Zahl der Center, die in die Wertung kommen (245), deutlich höher liegt als 2012 (214). „Wir sind noch nicht bei 150 Teilnehmern, aber da wollen wir hin“, so Will, der den SPCR 2014 fest im Blick hat.



Das Südring-Center in Paderborn landet mit der Note 1,71 auf Platz 5.

Bild: Südring-Center

Erstmals hatten die Mieter 2013 Gelegenheit, die Centerbetreiber direkt zu bewerten. Marktführer ECE liegt mit der Note 2,01 klar in Front. Es folgen Citi (2,26) und MEC (2,72), das Gemeinschaftsunternehmen von Metro und ECE (siehe „Betreiberwertung“ auf dieser Seite). „Während viele Städte und Verbände ECE kritisch sehen, werden sie von den Händlern wegen ihrer Professionalität ganz offenbar geschätzt“, sagt Will.

Im Rahmen des SPCR wurden die Unternehmen auch wieder zur Lage auf dem Centermarkt allgemein befragt. Dabei zeigt sich, dass der Expansionsdrang des stationären Handels, E-Commerce hin oder her, ungebrochen ist. Nur fünf von 100 Händlern geben an, in den kommenden zwölf Monaten keine neuen Filialen zu planen. „Das überrascht mich, heißt es doch immer, wir hätten gesättigte Märkte“, so Will. Wie auch schon andere Mieterbefragungen zeigen, sind Bayern und Baden-Württemberg in puncto Expansion die Klaren Favoriten.

Fragt man die Händler, wie wichtig bestimmte Faktoren bei der Anmietung in einem Center sind, werden dem Umsatzpotenzial (1,16), dem Mietpreinsniveau (1,33)

und dem Branchenmix (1,47) die höchste Bedeutung zugemessen. Als Standort wird die Innenstadt (2,09) dem Stadtteilzentrum (2,79) und der grünen Wiese (2,86) vorgezogen. „Ich sehe das als Zeichen, dass Filialisten alles andere als Vorbehalte gegen die Innenstadt haben. Man muss ihnen nur Flächenangebote machen“, so Will an die Adresse der Städte. Noch wichtiger als eine innerstädtische Lage sind den Mietern aber

Parkplätze (1,74) und Pkw-Erreichbarkeit (1,72). Es scheint die Devise zu gelten: Innenstadt ja, aber auch Parkplätze. (v/s)

Die kompletten Ergebnisse des Shoppingcenter Performance Report 2013 werden Ab Ende Oktober in gedruckter Form vorliegen. Sie sind dann im IZ-Shop unter www.iz.de/shop erhältlich. Teilnehmer der Umfrage bekommen die Ergebnisse kostenlos zugesandt.

VERMIETUNGEN

Frankfurt hatte die meisten Mietverträge

CBRE hat im ersten Halbjahr 2013 1.796 Ladenvermietungen in Deutschland registriert. Das ist fast so viel wie im zweiten Halbjahr 2012, das mit knapp 2.000 Mietverträgen den Spitzenwert in einer fünfjährigen Zeitreihe erzielte. Die meisten Mietverträge (171) wurden in Frankfurt am Main gezählt. Dieser für Frankfurt außergewöhnlich hohe Wert hängt u.a. mit der Vermietung des Einkaufszentrums Skyline Plaza zusammen. Es folgen Berlin (111) und München (74). Aktivste Mieter waren Rossmann (60), Rewe (57) und dm (54). Aldi (41) und Edeka (39) folgen dicht auf. Auffällig ist nach wie vor die starke Expansion des Bio-supermarkts Alnatura (14). Die meisten Mietverträge (28%) wurden in innerstädtischen Geschäftstraßen geschlossen, es folgen Einkaufszentren (25%) und Stadtteile (18%). „Der Anteil von Vermietungen im städtischen Verdichtungsraum liegt stabil bei rund 45%“, so CBRE. Aktivste Branche war Textil (400 Mietverträge) gefolgt von Lebensmittel (350). 17% der Abschlüsse entfielen auf ausländische Unternehmen, wobei hier die US-Amerikaner mit 64 Vermietungen vor Italien (35) und Dänemark (29) den Ton angeben.

TEXTIL

C&A eröffnet erste Läden in Dänemark

Das Düsseldorfer Bekleidungsunternehmen C&A nimmt nun auch Nordeuropa ins Visier und schließt die ersten beiden Filialen in Dänemark auf. Die erste Filiale öffnete am 19. September auf 700 m² im Kolding Storcenter. Dabei handelt es sich um das größte Einkaufszentrum in Jütland. Ein weiterer Laden folgte am 26. September auf 1.000 m² im Aarhus City Vest Storcenter. Damit ist C&A in 1.575 Filialen in 21 Ländern vertreten.

Shoppingcenter Performance Report 2013: Lago in Konstanz bekommt die besten Noten

Top 10

Rang	Gesamtranking Center	Durchschnittsnote	Nennungen
1	Konstanz Lago Shopping Center	1,43	14
2	Sindelfingen Breuningerland	1,56	16
3	Ludwigsburg Breuningerland	1,58	24
4	Weil am Rhein Rhein Center	1,60	5
5	Siegen City-Galerie	1,64	11
6	Paderborn Südring-Center	1,71	7
7	Oldenburg Familia Einkaufsland Wechloy	1,73	11
8	Sulzbach Main-Taunus-Zentrum	1,76	25
9	Oberhausen Centro	1,77	22
10	Dresden Altmarkt-Galerie	1,81	26

Der Tabellenkeller

Rang	Gesamtranking Center	Durchschnittsnote	Nennungen
234	Weinheim Weinheim Galerie	4,00	5
234	Berlin Spree Center Hellersdorf	4,00	6
234	Bremerhaven Mediterraneo	4,00	5
237	Böblingen City Center	4,11	9
238	Hamburg Marktplatz Galerie Bramfeld	4,14	7
239	Kulmbach Fritz Einkaufszentrum	4,17	6
239	Offenbach Komm	4,17	6
241	Bremen Haven Höovt	4,33	6
241	Grevenbroich Montanus Hof	4,33	6
243	München Mira Einkaufszentrum	4,44	9
244	Wiesbaden Lilien-Carré	4,50	8
245	Aachen Aachen Arkaden	4,57	14

Grundlage dieser Rangliste ist eine Mieterbefragung in 400 deutschen Einkaufszentren. Die Mieter bewerteten die wirtschaftliche Performance ihres Ladens im Vergleich zu Läden in anderen Centern, in denen das Unternehmen vertreten ist. Zur Auswahl standen die Noten 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft). Eine Platzierung bekamen nur Center, denen mindestens fünf Mieter eine Note gaben (Nennungen).

Betreiberbewertung

Betreiber	Durchschnitt	Nennungen	Betreiber	Durchschnitt	Nennungen
ECE	2,01	67	WealthCap	3,09	23
Citi	2,26	23	Jones Lang LaSalle	3,21	28
MEC Metro-ECE	2,72	39	CEV	3,23	26
mfi	2,79	56	Bilfinger Real Estate	3,24	17
CBRE	2,89	18	Koprian IQ	3,27	41
Prelios	2,91	11	DTZ	3,52	21
Sonae Sierra	2,91	43	Corio Mall	3,61	18
BNP Paribas Real Estate	3,09	22	MultISEC	3,79	24
IPH	3,09	11	Estaviso	3,80	5

Die Mieter konnten beim Shoppingcenter Performance Report 2013 die Betreiberkompetenz von 18 Centermanagement-Firmen direkt bewerten. Zur Auswahl standen die Noten 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft). © Immobilien Zeitung; Quelle: ecostra

Der Top-Jahreskongress für Fachmärkte und Immobilienwirtschaft in Deutschland



Jetzt anmelden!
www.conferencegroup.de/fachmarkt13

5. Deutscher Fachmarkt-Immobilienkongress 2013

Next-Generation-Fachmärkte – Wo liegen noch Potenziale für neues Wachstum?
Im Fokus: Großflächen-Konzepte in begehrten Innenstadtlagen

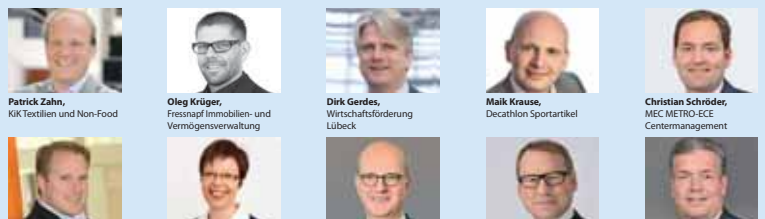
29./30. Oktober 2013 | Dorint Pallas Hotel | Wiesbaden

+ FACHAUSSTELLUNG

Die Top-Themen u.a.:

- **Fachmärkte 2014** – Chancen und Challenges neuer Konzepte
- **Herausforderung Neuprojektierung** – Wie gehen Großflächenprojekte mit Bürgerbegehren und Co. um?
- **Investitionsstrategien** – Welche Produkte haben zukünftig noch Wertsteigerungspotenzial?
- **Flächenbedarf** – Wie verändern demografischer Wandel und Online-Handel die Anforderungen an Betriebstypen und Standorte?
- **Click & Collect vs. Ship from Store** – Wie kann ein Online-Shop den Umsatz auf der Fläche steigern?
- **Fachmarkt-Expansion** – Was lassen die rechtlichen Rahmenbedingungen noch zu?

Es referieren und diskutieren:



- Patrick Zahn**, I&A Outlet, KIK Textilien und Non-Food
- Oleg Krüger**, Fresnapf Immobilien- und Vermögensverwaltung
- Dirk Gerdes**, Grooterhons & Partner, Wirtschaftsförderung Lübeck
- Maik Krause**, Decathlon Sportartikel
- Christian Schröder**, MEC METRO-ECE Centermanagement
- Kristofer Juergensen**, I&A Outlet, Hamburgisches WeltWirtschaftsinstitut (HWWI)
- Dörte Mitt-Drieblmann**, Hamburgisches WeltWirtschaftsinstitut (HWWI)
- Dr. Johannes Grooterhons**, Grooterhons & Partner, Rechtsanwälte
- Lars Heese**, HAWIN Fonds Invest
- Hubert A. Sevenig**, Jones Lang LaSalle Retail

Steffen Hofmann, Head of Retail Germany, Henderson Global Investors | **Bernd Rohde**, Leiter Property Management, IPH Handelsimmobilien | **Alexander Dahke**, Vorstand, Dahke Immobilien | **Susanne Klaußner MRICS**, Vorsitzende der Geschäftsführung, GRR Real Estate Management | **Uwe Seidel**, Geschäftsführer, Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung | **Florian Lauerbach**, Geschäftsführer, ILG Fonds | **Harald Ortner**, Geschäftsführer, HBB Hansatische Betreuungs- und Beteiligungsgesellschaft Dr. **Angelus Brenner**, Leiter Standortforschung, BBE Handelsberatung | **Alexander Graf**, Geschäftsführer, eTribes Framework | **Ulrich Hensen**, Vorstand, Fortress Immobilien **Klaus Ortner**, Geschäftsführer, BVO Ortner | **Manuel Jahn**, Leiter Real Estate Consulting, GfK Geomarketing | **Angela Rütter**, Geschäftsführerin, Heuer Dialog | **Dr. Nektarios Bakakis**, Geschäftsführer, Krauber Freizeit | **Andreas Conrad**, Kfm, Geschäftsführer, Penny-Markt | **Roland Reimuth**, Geschäftsführender Gesellschafter, Habona Invest | **Boris Böhm**, Mitglied der Geschäftsleitung, Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung | **Dr. Peter Wüst**, Hauptgeschäftsführer, Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten **Heiko Schröppel**, Geschäftsleitung, TBB Ten Brinke-Projektentwicklung

Gold-Sponsoren:

Silber-Sponsoren:

Veranstalter:

Medienpartner: