



Grün war eine wichtige Farbe auf der ReCon.



Shoppen am künstlichen „Canale Grande“.

Viva Las Vegas!

MESSE ■ Einmal im Jahr findet in Las Vegas, zwischen Show und Business, die Real Estate Convention (RECon) des International Council of Shopping Centers (ICSC) statt. Von der Finanzkrise war in der Wüstenstadt nicht viel zu merken.

Von **Julien Reitzenstein**

In Las Vegas fand die Real Estate Convention (RECon) des International Council of Shopping Centers (ICSC) statt. Die Messe mit begleitendem Konferenzprogramm richtet sich an alle Marktteilnehmer rund um das Retail-Geschäft. Der Veranstalter ICSC ist nicht nur stolz auf die Wahl seines Veranstaltungsortes, sondern auch auf die Dimension: Das Treffen war wieder einmal die größte Immobilienveranstaltung der Welt. 186.000 Quadratmeter, 50.000 Teilnehmer – davon 24 Deutsche. Diese haben ein etwas gespaltenes Verhältnis zur amerikanischen Leitmesse, wie einer von ihnen erklärte: „Wenn es den deutschen Centern gut geht, braucht man keine RECon. Geht es ihnen schlecht, kann man den neidischen Kollegen kaum erklären, warum man in Krisenzeiten mit Sparzwang ausgerechnet nach Las Vegas fliegt.“ Der deutsche Retail-Globalisierer Wolf-Jochen Schulte-Hillen kommt seit 15 Jahren

zu der Veranstaltung in Las Vegas. Vor und nach dem Besuch der Messehallen schaut er sich die aktuellen Entwicklungen in den Shoppingcentern in Las Vegas genau an: „Aufgemalte Himmel, 24 Grad Celsius, von Shop zu Shop in der Gondel – und alles vor den Fassaden von Venedig. Das mag sich für deutsches Publikum kitschig anhören. Angesichts der Besucherzahlen und den hier ausgegebenen Summen kann man schon ins Nachdenken über solche Konzepte kommen.“ Der Erfolg von Themen-Shoppingcentern gebe dem Konzept Recht.

Gelebtes „think big“

Während auf der MIPIM Menschen in Anzügen über die Messe schlendern und gesellig beieinander stehend Häppchen essen, bot sich im Las Vegas Convention Center ein anderes Bild. Kaum jemand

trug einen Anzug. Niemand schlenderte, Geselligkeit war selten und anstatt die Tablets mit den Speisen zu leeren, wurden die Auftragsbücher gefüllt.

„Wer hier nach Vegas kommt, will auch Abschlüsse machen“, sagt Rainer Gloger, von PhoneHouse aus Münster, mit Blick auf das geschäftige Treiben. „Und hier werden an manchen Ständen Abschlüsse im Fünfzehn-Minuten-Takt gemacht.“ Auffallend war die gute Stimmung auf der gesamten Veranstaltung. „Subprime? That was last year, stupid! This year we have to earn new money!“, kommentierte ein amerikanischer Besucher.

Das wurde auch beim „Focus on Western Europe“ unter dem Vorsitz von Wolf-Jochen Schulte-Hillen deutlich. Vor allem US-Immobilienmanager suchen offenbar nach neuen Ufern.

Dass deutsche Innenstädte eben kein Las Vegas werden möchten, wurde deutlich, als das Thema „Down Town Development“ und die Einbindung von Shoppingcentern an vielen positiven Beispielen verdeutlicht wurde. Die Reaktion des Publikums sollte die deutsche Immobilienbranche veranlassen, sich aktiv um US-Investoren zu bemühen. Und auch die positive Reaktion auf die von Markus Leiniger von Eurohypo und Scott Abbey von Unibail Rodamco vorgestellten Beispiele für die Wachstumschancen in Osteuropa fordert nun vollen Einsatz der deutschen Early Birds – sonst sind die amerikanischen Vielflieger schneller.