

Shopping ohne Ende oder das Ende des Shoppings?

SELBST CHINA UND RUSSLAND SIND VOM GLOBALEN NACHFRAGERÜCKGANG BETROFFEN. RETAIL-EXPERTE WOLF-JOCHEN SCHULTE-HILLEN ANALYSIERT IM INTERVIEW, WIE RETAIL-IMMOBILIEN DARAUF REAGIEREN KÖNNEN. [INTERVIEW: JULIEN REITZENSTEIN]

Herr Schulte-Hillen, Sie sind beruflich auf der ganzen Welt aktiv und beobachten die Retail-Märkte. Wie ist Ihre Einschätzung der derzeitigen Lage?

Schulte-Hillen: Die aktuelle Situation ist in der Tat beunruhigend. In Amerika standen Einzelhandelsflächen sogar zur Einzelhandelshochsaison vor Weihnachten leer, wie in der Madison Avenue in NYC. Spanien, Italien Frankreich, England sind bestürzt über den Nachfragerückgang. Japan ist zwar Dauerprobleme gewohnt, aber hat durch den Einbruch der Exporte ebenfalls großen Grund zu klagen. China und Russland – als neue Luxusabsatz-Schlaraffenländer bezeichnet – leiden unter erheblichen Einbußen. In Deutschland und Österreich sowie in Benelux und Skandinavien ist die Stimmung besser, aber nicht berauschend, obwohl auch dort die Signale auf Abschwung des Konsums stehen. Allein in den Vereinigten Emiraten ist von Konsumzurückhaltung nichts zu spüren.

Was ist zu tun?

Schulte-Hillen: Zunächst muss man als Eigentümer einer einzelhandelsgenutzten Immobilie die Trends kennen und dazu die Geeignetheit von Marken und Multimarkensstores in seinem Umfeld prüfen. Gleich ob Multimarken oder Monomarkensstores: Innovative, zukunftssträchtige Einzelhändler sollten mehr gefördert werden. Sie sind oft das fehlende „Salz in der Suppe“ und brauchen mehr Anlauf, um die Konsumenten auf ihre Stärken aufmerksam zu machen. Sie

befruchten vielfach die oft leider einfältige Einzelhandelslandschaft durch mehr Spannung ihrer Sortimente, Vielfalt, Servicestärke und Innovationskraft.

Eine große Umschichtung im Einzelhandel ist jedoch eingeläutet. Eine große Chance für Immobilienbesitzer, Einzelhändler und Kommunen, die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen.

Und Auswirkungen auf die Immobilienpreisentwicklung?

Schulte-Hillen: Auch hier muss differenziert werden: Gut gemanagte Immobilien und Shoppingcenter sind die Gewinner. Die Konzentration auf die 1A-Lagen wird weiterhin zunehmen, aber zu zunehmend moderateren Mieten, die sich mehr und mehr in die Richtung umsatzbezogener Mieten bewegen. Das hat auch Einfluss auf die Renditeanforderungen der Investoren, die besonderes Augenmaß der Qualität statt der Quantität widmen müssen. Aber auch B-Lagen können sich durch Schaffung sogenannter „Destinations“ positiv entwickeln, genau wie zu revitalisierende Shoppingcenter. Hier kommt es aber insbesondere auf die Qualität der Betreiber/Mieterstruktur an.

Kurz gesagt: Die Immobilienpreisentwicklung wird sich in den nächsten zwei bis drei Jahren bei Top-Objekten „normalisieren“, bei „schwierigen“ Shoppingcentern wird jedoch oft von der Abrissbirne Gebrauch gemacht werden müssen, sollte eine Revitalisierung nicht gelingen oder erst gar nicht durchgeführt werden. II

PORTRÄT:

Der Jurist und Kaufmann Wolf-Jochen Schulte-Hillen begann schon während seiner aktiven Laufbahn als Spitzensportler mit dem Vertrieb eigener Sportbekleidungsprodukte. 1973 gründete er das Vertriebsunternehmen SH Selection, das seit 1996 auch als Beratungsunternehmen international tätig ist. Expansionsbegleitung von Retailern, Kreation und Umsetzung von Nutzungskonzepten für Immobilieneigentümer und -entwickler sind hier die Schwerpunkte. Wolf-Jochen Schulte-Hillen ist in den Malls Europas und des Nahen Ostens ebenso aktiv wie auf dem Strip in Las Vegas oder den Messen Südostasiens.

Foto: Shutterstock

Foto: Apsys



Foto: Unihall Rodamco

EINKAUFEN IM ZENTRUM: EINE NEUE STUDIE VERDEUTLICHT, DASS DIE POSITIVEN WIRKUNGEN DURCH INNERSTÄDTISCHE EINKAUFSCENTER NICHT IMMER, NICHT IN ALLEN STANDORTLAGEN UND SCHON GAR NICHT VON SELBST EINTRETEN. [AUTOR: HEIMO ROLLETT]

EINKAUFSCENTER:
Förderlich
oder schädlich
für Innenstädte?



Foto: Unihall Rodamco

Draußen oder drinnen: Einkaufszentren müssen für Innenstädte nicht unbedingt belebend wirken, besagt eine neue Studie.

Grün? Gerne – aber nicht, wenn es um Einkaufszentren geht. Früher wurden Einkaufszentren häufig auf der grünen Wiese angesiedelt und trugen so zur Schwächung der Innenstädte bei. Doch Shoppingcenter auf der grünen Wiese haben ausgedient. In den letzten Jahren wurden immer mehr große Konsumtempel – also Center mit mindestens 10.000 Quadratmetern Mietfläche – in den deutschen Innenstädten eröffnet. In Österreich sorgten die Rosenarcade in Tulln, die City-Arkaden in Klagenfurt und das vorbildliche LCS im steirischen Leoben für Gesprächsstoff. In Deutschland wurden natürlich lange Zeit die großen Metropolen mit Shoppingflächen beglückt, aber auch hier haben Investoren und Projektentwickler in Deutschland die Mittelstädte entdeckt. Und auch in den B-Städten wird natürlich ins Zentrum gezogen. Insgesamt gibt es in Deutschland rund 400 große Einkaufszentren; mehr als 150 davon werden in den Innenstädten betrieben.

ZU GROSSE RETAILCENTER SIND SCHÄDLICH

Dadurch wird die ökonomische Leistungsfähigkeit zentraler Stadtlagen erheblich gestärkt – und viele Innenstädte können diesen Entwicklungsimpuls durchaus vertragen. Eine neue Studie des Deutschen Instituts für Urbanistik (Difu) verdeutlicht, dass diese positiven Wirkungen durch Einkaufszentren allerdings nicht immer, nicht in allen Standortlagen und schon gar nicht von selbst eintreten.

Im Gegenteil: Erfahrungen in verschiedenen Städten veranschaulichen, dass den Innenstädten durch ein zu massives und ungesteuert hingenommenes Vordringen zu großer, stereotyp angelegter und suboptimal verorteter Einkaufszentren sogar geschadet werden kann.

Die neue Difu-Studie untersucht im Rahmen einer breit angelegten Wirkungsanalyse vor allem die Folgen großer Einkaufszentren für den innerstädtischen Einzelhandel. Untersuchte Städte waren Bocholt, Düren, Erfurt, Hagen, Kempten (Allgäu), Osnabrück, Regensburg, Schwedt/Oder, Schwerin, Siegen, Wetzlar und Wilhelmshaven. Bremen, Mannheim, Minden und Potsdam wurden als Kommunen ohne Einkaufszentren in ihre Innenstädten in die Untersuchung einbezogen. Zentraler Befund: Zu groß geratene Centeransiedlungen verursachen Nachteile für die vorhandene Innenstadt.

Die Studie wurde unter dem Titel „Wirkungsanalyse großer innerstädtischer Einkaufszentren“ (Rolf Junker, Gerd Kühn, Christina Nitz, Holger Pump-Uhlmann, 2008, 232 S.) als Bd.7 in der Reihe „Edition Difu – Stadt Forschung Praxis“ des Deutschen Instituts für Urbanistik veröffentlicht. <http://www.difu.de/>

Weitere Informationen zum Thema Einkaufszentren und Retail finden Sie unter www.immobiliengazin.biz II