

# Stillstand

479 großflächige Shopping-Center gab es in der Bundesrepublik nach EHI-Recherchen zum Stichtag 01.01.2018. Das bedeutet: 2017 ist kein einziges neues Shopping-Center eröffnet worden, nachdem 2016 noch 3 neue Center realisiert wurden. Im laufenden Kalenderjahr 2018 soll es allerdings 8 Center-Neueröffnungen in Deutschland geben.

von Rainer Pittroff

Besonders die Macher von Einkaufszentren ringen derzeit um ihre Zukunft. Weil der Einzelhandel durch den wachsenden E-Commerce-Anteil weiter unter Druck gerät, müssen die Betreiber investieren, um im Wettstreit um die Verbraucher in der Zukunft noch relevant zu sein. Diese Forderung ist vor allem auch von Mieterseite zu hören, wo ganz einfach argumentiert wird: „Wenn Center-Betreiber von uns Mietern verlangen, dass wir alle fünf Jahre renovieren, dann sollen sie das auch selbst tun.“

Kein Wunder also, dass das Schlüsselwort für den Erfolg mehr als je zuvor „Refurbishment“ lautet. Denn eines ist gewiss: Wenn es um den reinen Kaufvorgang geht, kann das

Center-Geschäft mit dem Online-Handel kaum mithalten. Der stationäre Handel muss mit anderen Inhalten punkten – und dies wird auch zunehmend erfolgreich umgesetzt. Wo früher Center oft nur des Bedarfs wegen in die Landschaft gesetzt wurden, wird jetzt mehr Wert auf Architektur, Wohlfühl-Atmosphäre und Aufenthaltsqualität gelegt. Ist nur Retail gefragt – oder darf es noch ein wenig mehr sein? Vielleicht eine ansprechende Gastronomie, Versorger und Dienstleister, die man ansonsten nur weit verstreut im Ort antrifft, oder auch einige attraktive Apartments angegliedert oder on-top-of-the-Building? Quartiersentwicklung und Mixed-Use sind die anderen wichtigen Schlagwörter.

Schließlich kann es kaum Zufall sein, dass das Wort „Quartier“ nach Entwicklungen wie dem Q6 Q7 in Mannheim oder den HBB-Foren in Hanau und Gummersbach jetzt auch immer mehr zum Bestandteil der Objektbezeichnung wird – siehe Schultheiss-Quartier, Tegel-Quartier oder Dorotheen-Quartier.

## Attraktivität erhöhen

Um die Verbraucher im Center zu halten bzw. sie dorthin zu locken, feilen die Betreiber auch an ihren Service-Angeboten. Hierzu gehören zum einen Themen wie Lieferservice, moderne Toiletten, intelligente Navigation im Center und im Parkhaus oder bequeme Handy-Ladestationen, zum anderen aber auch, den Online-Handel nicht zu verdrängen, sondern zum eigenen Vorteil zu nutzen. So plant Unibail-Rodamco zum Beispiel, ähnlich wie in Frankreich auch in Deutschland Abholstationen für Online-Bestellungen einzurichten. Dort können die Kunden die Sachen anprobieren und gegebenenfalls auch wieder zurückschicken. Ein weiterer wichtiger Nebeneffekt: Auf diese Weise soll es gelingen, den Online-Kunden ins Center zu holen und ihn dort vom weiteren Angebot zu überzeugen.

Und nicht zu vergessen natürlich das Thema Gastronomie: Noch nie wurde auf deutschen und internationalen Fachveranstaltungen wie der Messe MapiC in Cannes so viel über Essen geredet. In fast allen Shopping-Centern wird am Food-Angebot gefeilt – angetrieben durch die Ergebnisse verschiedener Studien. Der Immobiliendienstleister Savills zum Beispiel gibt an, dass die Ausgaben der Deutschen für gastronomische Angebote in den vergangenen fünf Jahren um 20 Prozent auf 80 Mrd. Euro gestiegen sind. Und es gibt interessante Synergieeffekte: Demzufolge tätigen Kunden, die während eines Center-Besuchs etwas essen, mehr Transaktionen. Sie bleiben 35 Minuten länger und geben 12 Prozent mehr aus.

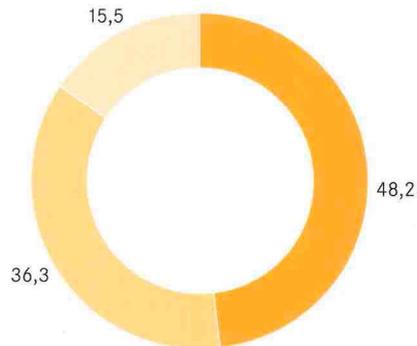
## Entwicklung der Shopping-Center von 1965 bis 2018 in Deutschland

Jahr/Stand 01.01.	Zahl der Shopping-Center	Gesamtfläche in qm	Ø Fläche je Center in qm
1965	2	68.000	34.000
1970	14	458.800	32.800
1980	65	1.956.500	30.100
1990	93	2.780.700	29.900
2000	279	9.212.200	33.000
2010	428	13.512.000	31.600
2012	444	13.883.900	31.300
2013	453	14.266.600	31.500
2014	460	14.434.630	31.400
2015	463	14.849.090	32.100
2016	476	15.363.070	32.300
2017	479	15.446.350	32.200
2018	479	15.449.250	32.300

Quelle: EHI

## Aufteilung der Shopping-Center nach Standort (Stand 01.01.2018)

in Prozent



Absolute Zahlen:

- Innenstadt (231)
- Stadteil (174)
- Stadtrand/Grüne Wiese (74)

Auch wenn es sich nicht um echte Neueröffnungen handelte: Von einigen Center-Entwicklungen im Jahr 2017 ist dennoch zu berichten. Gelungenes Beispiel für eine architektonische Aufwertung ist das im Oktober eröffnete Loom in Bielefeld – laut Beschreibung der ECE ein umfangreiches Refurbishment-Projekt. Hier gab es vorher eine optisch angeschlagene Laden-Passage – heute ist der Standort der ehemaligen City-Passage Bielefeld (1977 eröffnet) deutlich aufgewertet.

Kein echtes Shopping-Center, dafür aber eine gelungene Kombination aus mehreren Geschäftshäusern ist das Dorotheen-Quartier in Stuttgart von Breuninger, das die innerstädtische Shopping-Center-Landschaft der Landes-



Gastro-Bereich im Shopping-Center Loom Bielefeld

Foto: ECE

hauptstadt rund um Milaneo, Das Gerber und Königsbau Passagen ergänzt. Hier entstand bis zum Mai letzten Jahres ein Quartier bestehend aus Retail, Gastronomie, Büros und Wohnungen mit insgesamt 65.000 qm.

### Trendthema Quartiere

Als größtes Fachmarktzentrum Bayerns gilt ab Mai 2017 der Kaufpark Neutraubling, nachdem mit dem 2. Bauabschnitt 19 weitere Unternehmen hinzukamen. In der größten Stadt im Oberpfälzer Landkreis Regensburg werden in dem FMZ heute gut 60 Geschäfte auf rd. 65.000 qm betrieben.

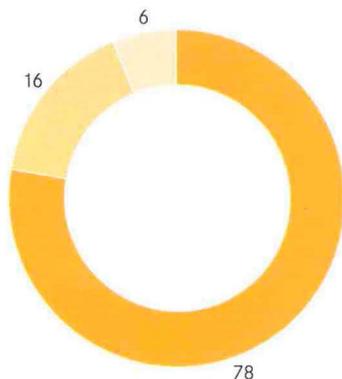
Die Zeit der Eröffnungsflaute scheint jedoch vorbei zu sein. Die EHI-Shopping-Center-Planungsliste weist ab dem 1.1.2018 insgesamt

29 Vorhaben aus, die vor allem in den kommenden 3-4 Jahren realisiert werden sollen. Dabei sind auffallend viele neue Center in Bayern (8) und in Baden-Württemberg (7) geplant. Wenn es bei den jetzt bekannten Planungen bleibt, wird es bis zum Ende des laufenden Kalenderjahres 8 weitere Neueröffnungen geben.

Die Liste der vom EHI erfassten Center, die in den nächsten Monaten und Jahren für Umstrukturierungen, Modernisierungen oder Erweiterungen anstehen, wird regelmäßig um weitere Immobilien ergänzt. Meist handelt es sich bei den zurzeit etwa 46 Centern um Objekte, die in den 90er-Jahren bis Anfang des neuen Jahrhunderts eröffnet wurden. Hervorzuheben ist auch, dass sich unter den Refur-

Neueröffnungen 2010-2017

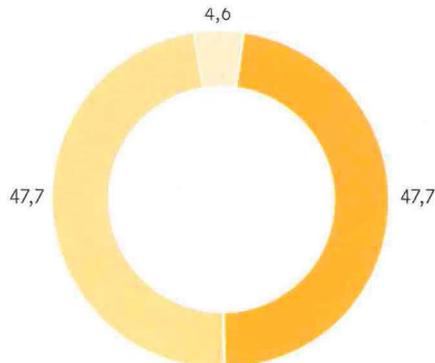
nach Standorten  
in Prozent



Absolute Zahlen:

- Innenstadt (51)
- Stadtteil (10)
- Stadtrand/Grüne Wiese (4)

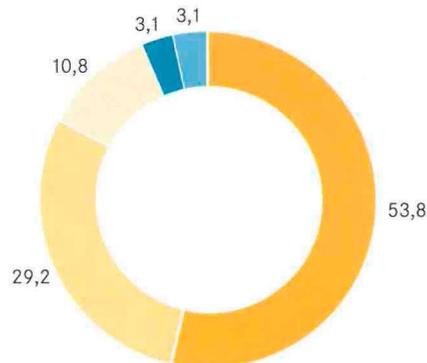
nach Stadtgrößen  
in Prozent



Absolute Zahlen:

- Großstadt (31)
- Mittelstadt (31)
- Kleinstadt (3)

nach Mietflächen-Größenklassen  
in Prozent



Absolute Zahlen:

- 10.000 – 19.999 (35)
- 20.000 – 29.999 (19)
- 30.000 – 39.999 (7)
- 40.000 – 49.999 (2)
- über 50.000 (2)

Quelle: EHI

bishment-Maßnahmen eine Vielzahl von innerstädtischen Centern befindet. Allein 8 Center in Berlin werden in den nächsten zwei Jahren wesentlich umgestaltet.

Die EHI-Shopping-Center-Planungs- und Revitalisierungsliste beinhaltet nach wie vor auch einige ehemalige Standorte von Warenhäusern und SB-Warenhäusern, die in den nächsten Jahren häufig durch Zukauf von Flächen in der direkten Nachbarschaft zu Centern umgewandelt werden sollen. Außerdem gab es auch 2017 wieder Eröffnungen von kleineren Centern unter 10.000 qm, die damit unterhalb der Größen-Definition des EHI liegen und so in den Statistiken keine Berücksichtigung finden.

Bis zum 1.1.2018 erfasste das EHI Retail Institute in Deutschland 479 großflächige Center mit einer Gesamtfläche von rd. 15,4 Mio. qm, wobei es in der Statistik gegenüber 2017 zu einigen Flächenbereinigungen kam. Hinzu

kommen die 19 Center-ähnlichen Objekte in deutschen Bahnhöfen und Flughäfen sowie 16 als Factory-Outlet-Center eingestufte Objekte. 231 und damit fast die Hälfte aller großflächigen Shopping-Center in Deutschland befinden sich in den Innenstädten.

**NRW an erster Stelle**

Im Vergleich der einzelnen Bundesländer führt Nordrhein-Westfalen in der Gesamtbetrachtung sowohl hinsichtlich der Anzahl (82) als auch der Fläche nach wie vor mit jeweils über 17 Prozent die Liste an. Es folgen Bayern und Baden-Württemberg mit 52 bzw. 46 Centern.

Zum Thema Standort: Der hohe Bedeutungsgrad der City zeigt sich auch bei der Betrachtung der jüngeren Centerentwicklungen. Von den 65 Centern, die in den Jahren 2010-2017 hinzukamen, sind 51 (79 Prozent) der Kategorie „Innenstadt“ zuzuordnen.

15 Prozent entfallen auf den Standort „Stadtteil“ und nur 6 Prozent auf die Stadtrandlage bzw. grüne Wiese.

Zum Thema Stadtgröße: Die meisten dieser neu entwickelten Center befinden sich in Großstädten und in mittelgroßen Kommunen über 20.000 Einwohnern mit jeweils rund 48 Prozent. Dagegen haben nur knapp 5 Prozent aller neueren Center in Kleinstädten unter 20.000 Einwohner ihren Standort.

Zum Thema Größenklassen: Die Mietflächen der neuen Center fallen im Vergleich zu früher kleiner aus: 35 und damit mehr als 50 Prozent aller Objekte weisen Mietflächen unter 20.000 qm auf.

[pittruff@ehi.org](mailto:pittruff@ehi.org)

*Ein ausführlicher Strukturbericht zur Entwicklung der Shopping-Center in Deutschland mit umfangreichem Zahlenmaterial ist Bestandteil des neuen EHI-Shopping-Center Reports 2018. Informationen siehe Verlagsanzeige Seite 57*

Shopping-Center-Planungen 2018 in PLZ-Reihenfolge

(Stand April 2018)

Center	PLZ	Ort	Bundesland	Mietfläche in qm*	Shops*	Gesamtfläche in qm*
East Side Mall	10243	Berlin-Friedrichshain	BE	31.000	120	38.000
Schultheiss-Quartier	10551	Berlin-Moabit	BE	30.000 (Retail)	150	36.000
Stadt Galerie Velbert	42579	Velbert	NW	13.000	40	15.000
EKZ	76726	Germersheim	RP	14.300	N.N.	17.000
Forum Schwanthalerhöhe	80339	München	BY	30.000	N.N.	35.000
Forettle Center	87600	Kaufbeuren	BY	11.800	N.N.	15.000
Aisch Park-Center	91315	Höchstadt	BY	21.000	27	23.000
Nordoberpfalz-Center	92637	Weiden	BY	14.000	50	16.000

\* tlw. vorläufige Zahlen

Quelle: EHI