

SPH newsletter

news

Neueste Meldungen aus CEE
Seite 3

schwerpunkt

Vom 14. bis 16. November 2012 findet in Cannes die Mapiac statt, Treffpunkt für alle, die mit Retail und Einzelhandelsimmobilien befasst sind.

Seite 11

Wie verändert ein innerstädtisches Shopping Center die lokale Einzelhandelsstruktur? Eine eindeutige Antwort darauf gibt es nicht.

Seite 13

hintergrund

Die Expo Real ist nicht nur Treffpunkt der internationalen Immobilienbranche, sondern auch Barometer für Themen und Trends.

Seite 16

Shopping Center in Istanbul unterliegen anderen Gesetzmäßigkeiten als in Westeuropa.

Seite 19

termine

Messen und Kongresse
Seite 22

literatur

Studie über die Haupteinkaufsmilein in aller Welt
Seite 23



LIEBE LESERINNEN UND LESER,



in dieser Ausgabe schauen wir zurück und nach vorne. Der Blick zurück geht auf die Expo Real in München, auf der die meisten von Ihnen gewesen sein dürften. Mein Eindruck war, dass in diesem Jahr nicht nur die Vielzahl der Stände, sondern auch die zahlreichen Podiumsdiskussionen und Veranstaltungen in den Konferenzräumen außerordentlich gut besucht waren. Mehr über die zurückliegende Expo Real lesen Sie in dieser Ausgabe ab Seite 15.

Der Blick nach vorne richtet sich auf die Mapiac, die sich ausschließlich dem Thema Handel und Handelsimmobilien widmet (S. 11). Mich freut es ganz besonders, dass dieses Jahr auf der Mapiac Russland „Country of Honour“ ist. Denkt man allein an die beeindruckenden Dimensionen im größten Land dieser Welt, so hat Russland diese Anerkennung mehr als verdient.

Schaut man in dieser Ausgabe in die News, dann zeigt sich jedoch schnell, dass Meldungen aus und über Polen das Investitions- und Transaktionsgeschehen in CEE/SEE dominieren. Auch das hat gute Gründe. Denn die dortigen Märkte gelten als sehr solide und Wachstum versprechend.

So unterschiedlich die internationalen Märkte sind, so vielfältig zeigen sich die Strategien im Handel. Daher wünsche ich Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, gutes Handeln.

Ihr

Andreas Schiller

VISIT THE FUTURE OF SHOPPING CENTERS



IMMOFINANZ
GROUP

IMMOFINANZ GROUP AT MAPIC
PALAIS DES FESTIVALS, CANNES – STAND R34.15
14 – 16 NOVEMBER 2012

www.mipim.com/mapic | www.immofinanz.com

An outstanding portfolio and future concepts are hallmarks of our listed property company.
As a recognized expert in the field of retail, we present:

- Retail Developments
- Quality Shopping Center
- STOP.SHOP. Retail Warehouses

VISIT THE FUTURE OF SHOPPING CENTERS:

It would be our pleasure to meet you at our **Stand R34.15 (Riviera Hall, 1st floor)**!





Im Südosten der Türkei entwickelt Multi Development Turkey das Forum Gaziantep. Es ist das elfte Projekt des Unternehmens in der Türkei.

MULTI DEVELOPMENT BEGINNT MIT BAU DES FORUM GAZIANTEP

Multi Development Turkey hat mit dem Bau des Forum Gaziantep begonnen. Es ist das elfte Projekt des Unternehmens in der Türkei und das erste im Südosten des Landes. Bei der Eröffnung im September 2013 soll Forum Gaziantep eine Mietfläche von insgesamt 44.500 Quadratmeter umfassen. Das Investment für das Projekt, das an einem Kreuzungspunkt zwischen historischer Altstadt und neuem Wohngebiet in der Innenstadt entsteht, beträgt EUR 120 Millionen.

Multi investiert noch in fünf weitere Forum-Projekte in der Türkei: in Adana, Diyarbakir und Canakkale – hier soll noch in diesem Jahr mit dem Bau begonnen werden – sowie in Corum und Elazig. Das Gesamtinvestment von Multi in der Türkei beläuft sich für zehn abgeschlossene und die sechs neuen Projekt auf rund EUR 4,2 Milliarden.

RREEF ERWIRBT LOGISTIK-IMMOBILIEN BEI WARSCHAU

RREEF Real Estate, der Geschäftsbereich für Immobilien-Investments im Asset and Wealth Management der Deutschen Bank, hat für den offenen Immobilienfonds grundbesitz europa die Immobilien Logistikpark Ozarów und Logistikpark Pruszków, etwa siebzehn Kilometer westlich von Warschau gelegen, für rund EUR 54 Millionen von einem Gemeinschaftsunternehmen aus Panattoni und Pramerica gekauft. Beide Objekte wurden zwischen 2008 und 2010 fertiggestellt und umfassen insgesamt rund 80.000 Quadratmeter. Beide Objekte sind komplett vermietet.

CPI GROUP KAUFTE TSCHECHISCHES HANDELSPORTFOLIO VON TREI

TREI Real Estate, das Immobilienunternehmen der deutschen Tengelmann Gruppe, hat den Verkauf eines Einzelhandelsportfolios an die tschechische CPI Group abgeschlossen. Über den Kaufpreis bewahrten beide Seiten Stillschweigen. Das Portfolio umfasst neun Supermärkte mit insgesamt 10.900 Quadratmetern. Die Supermärkte in den tschechischen Städten Dobříš, Holešov, Holice, Jablonec nad Nisou, Liberec, Ríčan, Semily, Tanvald und Turnov sind für mehr als zehn Jahre an Penny oder Billa vermietet.

TREI wurde bei der Transaktion von Colliers International beraten. Rechtlich stand TREI CMS Cameron McKenna, der CPI Group Kinstellar zur Seite.

ERÖFFNUNG DER SKOPJE CITY MALL

Skopje City Mall hat ihre Türen geöffnet. Die Mall umfasst insgesamt 39.000 Quadratmeter Mietfläche sowie Parkraum für 1.300 Fahrzeuge. Das Gesamtinvestment für die Shopping Mall liegt bei rund EUR 100 Millionen. Investor ist die albanische Unternehmensgruppe Balfin (Balkan Finance Investment).



Zuletzt kaufte der IVG Warschau Fonds das Norway House. Der Fonds für institutionelle Investoren will insgesamt rund EUR 200 Millionen ausschließlich in Büroimmobilien in Warschau anlegen.

IVG WARSCHAU FONDS PLATZIERT

IVG hat für ihren im Juni 2011 aufgelegten IVG Warschau Fonds insgesamt rund EUR 100 Millionen Eigenkapital bei institutionellen Investoren eingesammelt. Der Spezialfonds nach deutschem Investmentrecht investiert ausschließlich in neuwertige Bürogebäude im Zentrum der polnischen Hauptstadt und hat ein Zielinvestitionsvolumen von EUR 200 Millionen.

IVG hat bereits vier Immobilien mit einem Investitionsvolumen von rund EUR 80 Millionen und mit insgesamt knapp 13.500 Quadratmeter Mietfläche für den Fonds angekauft, zuletzt das sogenannte „Norway House“ in der Lwowska Straße 19. Zu den Investoren des IVG Warschau Fonds gehören eine deutsche Versicherung und eine deutsche Versorgungskammer sowie ein institutioneller Investor aus Österreich. IVG ist nicht nur Initiator des Warschau Fonds, sondern übernimmt über ihre Niederlassungen in Wien und Warschau auch das Fonds- und Asset Management.

W. P. CAREY STELLT BAUFINANZIERUNG IN POLEN

Das Investmentunternehmen W. P. Carey gab bekannt, dass eine ihrer börsennotierten, aber nicht gehandelten REIT-Tochtergesellschaften, CPA®:17 – Global, eine maßgeschneiderte Finanzierung für den Bau einer erweiterten Logistikdrehscheibe für das weltweit agierende Logistikunternehmen Syncreon Holdings Ltd. bereitstellt. W. P. Carey stellt zu 100 Prozent die finanziellen Mittel für den Bau einer 11.000 Quadratmeter großen Lager- und Logistikeinrichtung in Zary in Polen zur Verfügung. Zary liegt nahe der Grenze zu Deutschland und zu den Zentren Berlin und Dresden. Das Objekt soll langfristig und auf der Basis eines Triple-Net-Vertrages an die polnische Tochtergesellschaft von Syncreon vermietet werden.

MOSKAU VERKAUFT METROPOL UND ANTEILE AM WORLD TRADE CENTER

Okhotny Ryad Deluxe hat auf einer Auktion das Hotel Metropol für RUB 8,87 Milliarden (EUR 220 Millionen) von der Stadt Moskau erworben. Der Käufer ist ein Tochterunternehmen des derzeitigen Betreibers des Fünf-Sterne-Hotels. Nur eine Woche später hat die Stadt ihren Anteil von 9,64 Prozent an JSC World Trade Center verkauft, der Objektgesellschaft des 270.000 Quadratmeter umfassenden, gemischt genutzten World Trade Center. Der Einstiegspreis bei der Auktion lag bei gut RUB 1.4 Milliarden (EUR 36 Millionen). Es gab zwei Bieter, den Zuschlag erhielt Prominexpo.

Die beiden Verkäufe waren die jüngsten Ausschreibungen der Stadtregierung von Moskau im Rahmen ihres Privatisierungsprogramms. Innerhalb dieses Programms wurden in den vergangenen zwölf Monaten das Hotel National sowie die Anteile am Hilton Moscow Leningradskaya Hotel sowie an Novinsky Passage MFC veräußert. Die Stadt privatisiert Immobilien und andere Vermögenswerte, die nicht zum Kernportfolio gehören, um Mittel flüssig zu machen und zugleich die wirtschaftliche Effizienz dieser Assets zu erhöhen. Die Stadtregierung kündigte auch die Absicht an, ihre Anteile am Gostiny Dvor Exhibition Center sowie am Vnukovo International Airport zu veräußern.



Das Wohnprojekt Edenia Titan in Bukarest: Hier wie auch bei dem Wohnprojekt Evocasa Optima hat Adama, ein Tochterunternehmen der Immofinanz Group, einen zweiten Bauabschnitt in Angriff genommen.

ADAMA: WEITERE BAUPHASE FÜR ZWEI WOHNPROJEKTE IN RUMÄNIEN

Das Tochterunternehmen der Immofinanz Group Adama gab den Start der zweiten Bauphase für zwei bereits bestehende Wohnprojekte bekannt: Edenia Titan und Evocasa Optima. Beide Objekte liegen in der Nähe des Titan Parks in der Hauptstadt Bukarest. Das Gesamtinvestment für beide Projekte beläuft sich auf EUR 14,1 Millionen.

Edenia Titan umfasst insgesamt sechs Wohngebäude. Der erste Bauabschnitt mit 226 Wohnungen in zwei Gebäuden wurde 2009 fertiggestellt. Während der zweiten Bauphase von Oktober 2012 bis Herbst 2013 werden weitere 126 Wohnungen errichtet. Die erste Phase von Evocasa Optima mit 83 Wohneinheiten wurde 2010 fertiggestellt. Die zweite Phase – weitere 84 Wohneinheiten – ist derzeit im Bau.

SKANSKA ENTWICKELT ERSTES PROJEKT IN KRAKAU

Skanska investiert EUR 32 Millionen in den ersten Bauabschnitt des Büroprojekts Kapelanka 42 in Krakau. Es ist das erste Projekt, das Skanska Property Poland in der Region Krakau entwickelt. Das Büroprojekt besteht aus zwei Gebäuden mit einer Gesamtmietfläche von rund 30.000 Quadratmetern. Die Gebäude haben jeweils neun oberirdische sowie drei unterirdische Geschosse. Der erste Bauabschnitt umfasst 12.250 Quadratmeter sowie eine Tiefgarage für beide Bauabschnitte. Mit dem Bau soll im 4. Quartal 2012 begonnen werden, die Fertigstellung ist für das 3. Quartal 2014 geplant.

MINT INVESTMENTS ERWIRBT OLOMOUC CITY SHOPPING CENTER

Die Immobilien- und Investmentgruppe Mint Investments hat ordnungsgemäß den Auktionspreis von EUR 15,1 Millionen für das Olomouc City Shopping Center bezahlt und damit die größte Immobilientransaktion dieser Art in der Geschichte der Tschechischen Republik abgeschlossen. Die Versteigerung des Shopping Centers zu einem Einsteigspreis von EUR 8,6 Millionen wurde durch das Auktionshaus Naxos a. s. in der Kapelle von Sacre Coeur in Prag durchgeführt.

SONAE SIERRA UND CAELUM: JV FÜR MALL IN BUKAREST

Der Shopping Center Spezialist Sonae Sierra und der osteuropäische Projektentwickler Caelum Development haben ein 50:50 Joint Venture für die Entwicklung der ParkLake Plaza im Sector 3 im Osten der rumänischen Hauptstadt Bukarest vereinbart. Das neue Shopping Center soll auf 67.000 Quadratmeter Bruttomietfläche rund 200 Ladengeschäfte sowie verschiedene Sport- und Freizeiteinrichtungen bieten. Das Investment beläuft sich auf EUR 185 Millionen.



**Alle Wege führen zum Erfolg –
nehmen Sie die Überholspur**



Der erste Bauabschnitt des Enterprise Park in Krakau ist fertiggestellt. Der Büropark soll insgesamt 28.000 Quadratmeter Fläche umfassen.

ERÖFFNUNG DES ENTERPRISE PARK IN KRAKAU

Der erste Abschnitt des Enterprise Büropark in Krakau wurde fertiggestellt und offiziell eingeweiht. Die zwei Gebäude bieten mehr als 15.300 Quadratmeter Bürofläche. Der Komplex Enterprise Park soll drei viergeschossige Bürogebäude mit insgesamt 28.000 Quadratmeter Fläche umfassen.

Enterprise Park ist das erste Projekt von Avestus Real Estate in Krakau. Zu den Projekten des Entwicklers in Polen gehören das Warsaw Financial Center, das International Business Center und das Building F im Wisniowy Business Park in Warschau.

WESTIMMO FINANZIERT POLONIA PROPERTY FUND II

Peaksid Polonia Management (PPM), ein erst vor kurzem erworbenes Tochterunternehmen von Peaksid Capital, hat von der Westdeutschen ImmobilienBank (WestImmo) eine Refinanzierungszusage in Höhe von mehr als EUR 106 Millionen erhalten. Der Kredit ist mit drei polnischen Outlet Centern besichert und dafür vorgesehen, die weiteren Managementinitiativen bei den Fashion House Outlet Centern in Polen zu finanzieren, die zwischen 2007 und 2008 vom Polonia Property Fund II erworben und entwickelt wurden. Die drei Fashion House Outlets liegen in Warschau, Danzig und Sosnowiec und umfassen mehr als 50.600 Quadratmeter Fläche.

HELABA FINANZIERT ZWEI BÜRO- GEBÄUDE IN WARSCHAU

Die Helaba gewährt der Immofinanz Group für die beiden Bürogebäude Brama Zachodnia und IO-1 in Warschau eine langfristige Refinanzierung in Höhe von insgesamt rund EUR 80 Millionen. In der Transaktion fungiert die Helaba als Lender, Arranger und Agent. Das 14-stöckige, moderne Bürohaus Brama Zachodnia befindet sich im Warschauer Bezirk Ochota und umfasst rund 24.000 Quadratmeter Mietfläche. Das zweite Objekt, IO-1 mit rund 22.500 Quadratmeter Mietfläche, liegt im Bezirk Mokotów im Süden der Stadt.

HINES GLOBAL REIT ERWIRBT FÜNFTE INDUSTRIE-IMMOBILIE IN POLEN

Hines Global REIT hat für USD 25,8 Millionen (etwa EUR 19,7 Millionen) eine aus zwei Gebäuden bestehende Logistikeinrichtung in Sosnowiec in Oberschlesien erworben. Die Region grenzt an die Tschechische Republik und an die Slowakei. Es ist der fünfte Logistikpark, den Hines Global REIT in Polen von Prologis European Holdings erworben hat. Die Gebäude des Distribution Park Sosnowiec wurden 2005 errichtet und umfassen rund 47.000 Quadratmeter.



Das Objekt Renaissance am Plac Zbawiciela in Warschau hat den Besitzer gewechselt: Ein von GLL Real Estate Partners verwalteter Fonds erwarb das Gebäude von Falcon Real Estate.

GLL REAL ESTATE PARTNERS ERWIRBT RENAISSANCE IN WARSCHAU

Ein Fonds, der von GLL Real Estate Partners verwaltet wird, hat das Objekt Renaissance in Warschau erworben. Verkäufer war Falcon Real Estate Investments, ein Immobilieninvestmentvehikel spanischer Privatinvestoren. CBRE begleitete beratend den Verkaufsprozess. Renaissance umfasst 5.230 Quadratmeter Bruttomietfläche für Büro und Einzelhandel. Das Objekt liegt am Plac Zbawiciela.

BNP PARIBAS FINANZIERT BAU DES OXYGEN PARK

Yareal Polska, der Projektentwickler des Bürogebäudes Oxygen Park in Warschau, hat die Finanzierung durch BNP Paribas gesichert. Oxygen Park umfasst insgesamt 18.300 Quadratmeter Mietfläche und liegt an der Jerozolimskie Avenue. Der erste Bauabschnitt soll im ersten Quartal 2013, der zweite Bauabschnitt im vierten Quartal 2013 fertiggestellt werden. Colliers International hat die Vermietung des Projekts übernommen.

IMMOFINANZ STARTET EINZELHANDELSPROJEKT IN LUBLIN

Noch in diesem Herbst will die Immofinanz Group mit den Bauarbeiten für ein Einkaufszentrum mitten im Stadtzentrum von Lublin nahe der historischen Burg beginnen. Tarasy Zamkowe – bisher bekannt als Galeria Zamek – soll mit einer Mietfläche bis zu 37.000 Quadratmetern rund 150 Geschäften, drei Restaurants und zahlreichen Cafés Raum bieten. Die Eröffnung ist für Herbst 2014 geplant. Die Investitionskosten für dieses Projekt belaufen sich auf rund EUR 115 Millionen.

ZWEI HOTELS IN PRAG UND PILSEN STEHEN ZUM VERKAUF

C&W Global Hospitality wurde exklusiv mit dem Verkauf eines Hotelportfolios in der Tschechischen Republik beauftragt. Das Portfolio umfasst zwei Hotels: das Courtyard by Marriott Prague Airport und das Courtyard by Marriott Pilsen. Die Hotels können einzeln oder gemeinsam erworben werden.

Courtyard by Marriott Prague Airport verbindet ein Hotel mit 234 Zimmern mit einer Einzelhandelsгалerie und umfangreichen Parkmöglichkeiten. Das Objekt profitiert von der Lage am Prager Flughafen und ist das einzige Hotel, das fußläufig von den Terminals zu erreichen ist. Courtyard by Marriott Pilsen ist ein Hotel mit 195 Zimmern sowie Büroflächen, Ladengeschäften und Parkraum und liegt im historischen Zentrum der Stadt. Beide Hotels wurden 2007 errichtet und werden von Marriott International im Rahmen eines Managementvertrags betrieben.



So soll das Pomeranian Logistics Centre am Tiefsee-Containerterminal in Danzig aussehen. Das Projekt wird von Goodman entwickelt.

GOODMAN: BAUSTART FÜR POMERANIAN LOGISTICS CENTRE

Goodman hat mit dem Bau des PLC Pomeranian Logistics Centre begonnen. Angrenzend an das Danziger Tiefsee-Containerterminal DCT ist es das größte Logistikkreuz seiner Art in Nordpolen. Bei Fertigstellung soll das PLC rund 500.000 Quadratmeter Lager- und Leichtindustriefläche umfassen. Das Projekt hat einen Gesamtwert von schätzungsweise mehr als EUR 300 Millionen.

Das Danziger DCT ist das größte und einzige eisfreie Tiefsee-Containerterminal im südlichen Bereich der Ostsee. Der 650 Meter lange Anleger mit einer Tiefe bis zu 16,5 Metern ermöglicht auch den größten Containerschiffen, das Terminal zu nutzen. Die jährliche Kapazität von derzeit 1 Million TEU soll in den nächsten Jahren erweitert werden.

PERSONALIEN



Fabrice Cervoni wurde zum European Director of Capital Transactions for Continental Europe bei der Goodman Group ernannt. Fabrice Cervoni berichtet an den Commercial Director Kristof Verstraeten und wird bei Goodman in Paris sein Büro haben. Fabrice Cervoni kam im März 2008 als Head of Capital Transactions for Southern Europe zu Goodman.

Mark Cunningham, zuletzt mehr als vier Jahre Director Marketing & Communications bei Multi Corporation, hat sein eigenes Beratungsunternehmen Propagater BV gegründet. Der gebürtige Londoner war zuvor Director bei Saatchi & Saatchi Worldwide, später CEO von Saatchi Netherlands, und wechselte von dort zu TBWA.

Sylvia Foissy hat Sylvia Foissy | The International Business Multiplier gegründet. Sylvia Foissy war seit 2005 beim österreichischen Wirtschaftsmagazin „Gewinn“ und dort verantwortlich für den Aufbau und die jährliche Durchführung eines Konferenzprogramms im Rahmen der Real Vienna und der Istanbul REstate sowie für das Immobilien-Kongressprogramm der „Gewinn“-Messe. Nach der Absage der Real Vienna im Frühjahr 2012 übernahm Sylvia Foissy die Leitung der „Gewinn Real Estate Conference“, die im Juni 2012 durchgeführt wurde.

Carl White übernimmt die Aufgabe des Fund Director für Herald, den European Retail Fund im Immobilienbereich von Henderson Global Investors. Carl White arbeitet für Herald, seit er vor vier Jahren zu Henderson gekommen ist, und war in dieser Zeit in alle Aspekte des Fondsmanagements involviert – von der Investmentstrategie und den Ankäufen, über die Finanzierung bis zu den Investor Relations, der Portfolio-Analyse und dem Asset Management.

Dr. Manfred Wiltchnigg, Vorstandsmitglied der Immofinanz AG, strebt keine weitere Vertragsverlängerung an und wird daher zum 31. März 2013 die Immofinanz AG verlassen. Dr. Manfred Wiltchnigg war im Februar 2009 in den Vorstand der Immoeast eingetreten und war 2010 Mitglied des Vorstands der Immofinanz geworden. Dr. Manfred Wiltchnigg war zuvor in leitenden Positionen bei Generali Immobilien AG, Oppenheim Immobilien-KAG mbH und IVG Austria GmbH tätig.

oben links: Fabrice Cervoni
oben rechts: Mark Cunningham
Mitte links: Sylvia Foissy
Mitte rechts: Carl White
unten: Dr. Manfred Wiltchnigg



Corio is a retail property company. Our core business is to create **Favourite Meeting Places** through selecting, developing, and operating shopping centres in Europe. Our vision is to create places where people like to meet and return to, any time of the day, for anything and in any mood.



FAVOURITE MEETING PLACES



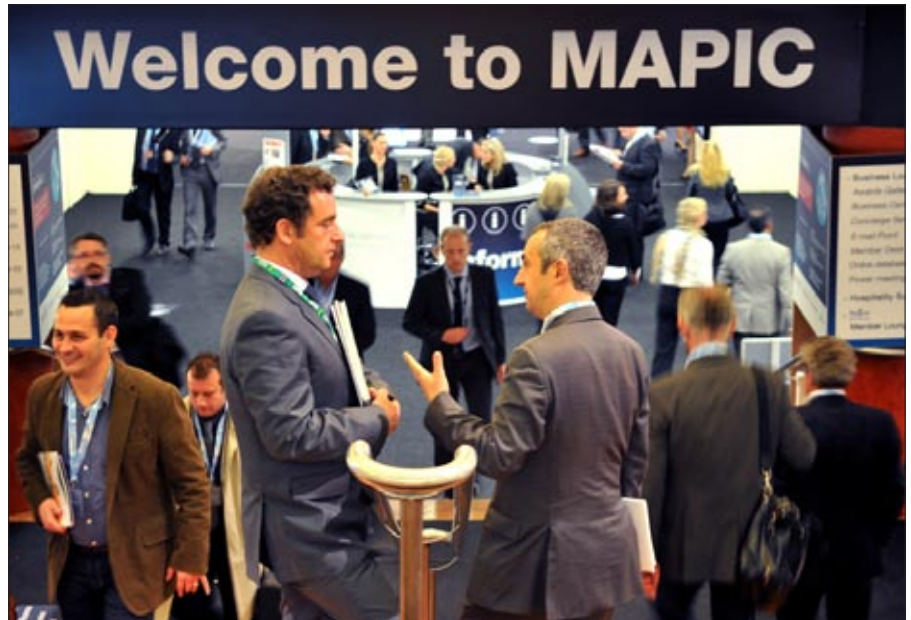
TREFFPUNKT DER HANDELSBRANCHE

Vom 14. bis 16. November 2012 findet in Cannes der jährliche *Marché international professionnel de l'implantation commerciale et de la distribution*, kurz: *Mapic* statt. Dann treffen im Palais des Festivals wieder Immobilieninvestoren und Projektentwickler mit Vertretern der Handelsketten aus aller Welt zusammen.

Drei Tage im November stehen ganz im Zeichen der Handelsbranche und der auf Handelsimmobilien spezialisierten Unternehmen. Bis zum 31. Oktober 2012 hatten sich 2.647 Unternehmen als Aussteller und 8.133 Unternehmen als Besucher registriert, darunter 2.815 Retailer, 2.252 Investoren und 2.688 Projektentwickler.

Im Mittelpunkt der *Mapic* steht in diesem Jahr Russland als „Country of Honour“. 185 Unternehmen präsentieren sich als Aussteller, und auch das Konferenzprogramm der *Mapic* trägt diesem Schwerpunkt Rechnung. So wird Maxim Karbasnikoff, Head of Retail, Cushman & Wakefield Russia, einen Überblick über den russischen Markt geben und über Veränderungen des Konsumentenverhaltens, über Trends und Entwicklungen berichten. Weitere Themen befassen sich mit Handelsimmobilien im Russland sowie mit speziellen Formaten für Kinder, die als künftige Konsumenten eine wichtige Zielgruppe für viele Markenprodukte sind.

Passend zu Russland als „Country of Honour“ wird auf der diesjährigen *Mapic* als „Persönlichkeit des Jahres“ Samvel Sarkisovitch Karapetyan, Gründer und Präsident der Tashir Group, ausgezeichnet. Die Tashir Group ist ein russischer Konzern mit Schwerpunkt auf der Entwicklung und dem Management von Handelsimmobilien in ganz Russland, die meist unter der Marke RIO betrieben werden. Die Tashir Group ist zugleich auch Sponsor des Eröffnungscocktails am Abend des 13. November 2012 – da fällt einem doch nur



Mapic – die Messe rund um den Handel und die Immobilien, in denen er stattfindet.

die Devise des englischen Hosenbandordens ein: *Honi soit qui mal y pense*.

186 Retailunternehmen aus Russland haben sich als Teilnehmer angemeldet, allerdings muss man dazu sagen, dass dazu auch viele westliche Handelsketten gehören, die bereits in Russland aktiv sind – von Adidas über Leroy Merlin, Obi, Puma, Real bis Stockmann.

Auch wenn Russland im Vordergrund der diesjährigen *Mapic* steht, ist doch das Interesse am Handel in CEE generell sehr groß, und zwar sowohl von Seiten der Retailer, die hier neue Märkte erschließen möchten, als auch von Seiten der Investoren und Developer, die in manchen Ländern immer noch sehr hohen Nachholbedarf am modernen Shopping-Einrichtungen sehen.

Geht man nach der Zahl der registrierten Aussteller, so folgen – wenn auch in deutlichem Abstand – Polen mit 91 Unternehmen an zweiter Stelle, die Tschechische

Republik mit 42 Ausstellern an dritter und die Türkei mit 34 ausstellenden Unternehmen an vierter Stelle. Die starke Präsenz dieser drei Länder spiegelt das derzeitige Gewicht auf den Investmentmärkten, aber auch bei den Händlern wider. Polen ist derzeit die wohl begehrteste Investmentdestination in CEE, bedingt durch sein stabiles Wirtschaftswachstum und eine nach wie vor nicht nur konsumfreudige, sondern auch sehr markenbewusste Bevölkerung. Gleiches lässt sich auch von der Türkei sagen, wo die Shopping Center derzeit wie die Pilze aus dem Boden schießen. Und in allen drei Ländern richtet sich der Blick zunehmend auf die regionalen Zentren, wo moderne Einkaufszentren häufig weitgehend konkurrenzlos sind. In der Türkei kommt noch hinzu, dass mit dem anhaltenden Wirtschaftsaufschwung auch viele türkische Retailer an Gewicht gewonnen haben und nun ihrerseits auf der Suche nach Expansionsmöglichkeiten sind.

Vergleichsweise stark vertreten sind unter den Ausstellern auch die Ukraine (19

Aussteller) sowie Rumänien und Ungarn (jeweils 18 Aussteller). Für Rumänien präsentieren sich vor allem Projektentwickler und Investoren für Shopping Center wie Atrium, Liebrecht & Wood und Plaza Centers, Unternehmen, die zwar nicht originär rumänischen Ursprungs, aber in Rumänien sehr aktiv sind. Das gilt ebenso für viele andere CEE-Länder, wobei es häufig auch die mit einem Büro am jeweiligen Standort vertretenen internationalen Berater sind, die das Gros der Aussteller stellen.

Interessant ist auch ein Blick auf die Projekte, die auf der Mapic präsentiert werden. Rund 500 neue Projekte listet die Datenbank auf, von denen sich gut 400 noch im Entwicklungsstadium befinden oder bestenfalls im Bau sind. Betrachtet man die Zahl der Handelsprojekte in der Entwicklung in den CEE-Ländern, so

führt die Liste Polen mit 34 Projekten an. Hier planen und bauen ECE, Immochan France, TK Development, Inter Ikea, Multi, Neinver und Echo Investment.

Auf Corio, Multi und Renaissance entfällt das Gros der 20 Handelsprojekte in der Türkei, in Rumänien – 18 neue Projekte – sind unter anderen Caelum, Echo Investment, Liebrecht & Wood, Plaza Centers und Sonae Sierra aktiv. Auch in der Tschechischen Republik setzt sich der Boom bei Retaileinrichtungen fort: Hier entstehen 13 neue Projekte, darunter drei Aupark Shopping Center des slowakischen Entwicklers HB Reavis. TK Development wiederum stellt das Designer Outlet Village Moravia bei Ostrava und das Shopping Center Frydek Mistek vor. Dagegen nimmt sich Russland mit zehn neuen Projekte fast scheiden aus.

Ein Land, das auf der CEE-Karte der Investoren meist als ein weißer Fleck erscheint, ist Bosnien und Herzegowina. Hier entwickelt die saudi-arabische Al Shiddi Group das Sarajevo City Center, ein Geschäftsgebäude mit einem 40.000 Quadratmeter großen Shopping und Entertainment Center. Insgesamt investiert die Al Shiddi Group rund EUR 100 Millionen in Bosnien und Herzegowina. Auch wenn aus (west-)europäischer Sicht die Balkanstaaten eher außerhalb des allgemeinen Interesses liegen, bedeutet das nicht, dass sich hier nichts tut. Sarajevo ist ein Beispiel, ein anderes die mazedonische Hauptstadt Skopje, wo die türkische Cevahir Holding einen Wohnkomplex mit Shopping Center entwickelt und die albanische Balfin (Balkan Finance Investment) Group vor kurzem die Skopje City Mall eröffnete. | **Marianne Schulze**

CONGRESS REISEN FRÖHLICH



Wir haben noch gute
Möglichkeiten für Sie.
T +49 69 2978287

Messe / Fair

Stadt/Town**Datum / Date**

M	I	P	I	N
2	0	1	3	

CANNES

1 2 0 3 - 1 5 0 3 2 0 1 3

2013

INNERSTÄDTISCHE EINKAUFSZENTREN PRO/CONTRA LOKALER HANDELSSTRUKTUR



Die Rathaus-Galerie in Leverkusen ist ein Beispiel dafür, dass ein Shopping Center die Handelsstruktur einer Stadt verbessern kann.

Die Diskussionen werden je nach Standpunkt oft mit erbitterter Härte geführt: ob ein innerstädtisches Einkaufszentrum zum Nutzen oder Schaden der gewachsenen Handelsstruktur einer Stadt beiträgt. Eine Studie des DSSW Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft hat sich jetzt dieses Themas angenommen – mit überraschenden Ergebnissen für beide Seiten.

Bevor ein neues Medikament auf den Markt gebracht wird, müssen Pharma-Unternehmen die Wirkungen des neuen Arzneimittels auf die Krankheit in langjährigen Beobachtungsreihen untersuchen – unter anderem dadurch, dass das Medi-

kament einer Patientengruppe verabreicht wird und die Ergebnisse mit der Krankheitsentwicklung bei einer Kontrollgruppe verglichen werden, die das Medikament nicht oder nur ein Placebo bekommt.

Für wirtschaftliche Entscheidungen sind solche vergleichenden Beobachtungsreihen in der Realität nicht möglich. Hier gibt es üblicherweise nur die Möglichkeit, eine bestimmte Maßnahme durchzuführen (z. B. eine neue Währung in Europa einzuführen) und dann die sich dadurch ergebenden Entwicklungen und Wirkungen zu beobachten. Man kann aber – trotz der von den Ökonomen oft angewandten „Ceteris-paribus-Klausel“ – nicht gleichzeitig

auch eine „Kontrollgruppe“ beobachten, die von der Maßnahme nicht betroffen ist.

Diese Unmöglichkeit der vergleichenden Betrachtung gilt auch für Einkaufszentren und ihre Auswirkungen auf die Entwicklung der lokalen und regionalen Handelsstruktur: Man kann beobachten, welche Entwicklungen sich im Gefolge der Eröffnung eines Einkaufszentrums in einer bestimmten Stadt ergeben, man kann diese Entwicklungen aber nicht mit den Entwicklungen vergleichen, die sich im selben Zeitraum (in dem fiktiven Fall) ergeben hätten, wäre das Einkaufszentrum nicht eröffnet worden. Und wie man weiß bedeutet nicht jede Wirkung und jeder be-



Einkaufszentren können das Angebot auf Einkaufsmeilen ergänzen.

obachtbare Zusammenhang, dass dabei auch notwendig eine Kausalität besteht.

Aus diesem Dilemma haben sich in den vergangenen Jahren zum Teil sehr emotional geführte Diskussionen über Nutzen und Gefahren von innerstädtischen Einkaufszentren ergeben. Wenn nach der Eröffnung eines Einkaufszentrums an anderer Stelle in der Stadt Geschäfte schließen, ist die Frage, ob dafür das Einkaufszentrum ursächlich ist oder ob diese Geschäfte auch ohne das neue Center geschlossen hätten – weil der Ladeninhaber aus Altersgründen aufgegeben hat, weil der Hauseigentümer gewechselt hat, weil der Mietvertrag ausgelaufen ist oder weil die Umsätze durch E-Commerce oder Ähnliches rückläufig waren.

Mit genau diesen Themen beschäftigt sich eine Studie des DSSW Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft über die „Wirkung von Einkaufszentren in der Innenstadt – Synoptische Aufbereitung vorliegender Studien“, die im Mai dieses Jahres erschienen ist. Mehr als drei Dutzend wissenschaftlicher Studien über Einkaufszentren in Deutschland wurden ausgewertet – nur einige wenige waren

wirklich vergleichbar, da ihrer Analyse der Auswirkungen von Einkaufszentren mehr oder weniger die gleichen Kriterien zugrunde lagen.

Das durchaus unerwartete Ergebnis dieses Vergleichs der verschiedenen wissenschaftlichen Untersuchungen lautet: Es gibt keine klaren Ergebnisse, welche Auswirkungen innerstädtische Einkaufszentren haben. Das könnte zu einem Ende vieler heftiger und manchmal ideologisch aufgeheizter politischer Diskussionen zwischen Gegnern und Befürwortern neuer innerstädtischer Einkaufszentren über die positiven oder negativen Wirkungen dieser Shopping Center beitragen. Darum seien hier kurz die Ergebnisse der DSSW-Studie zusammengefasst:

Ob mit einem innerstädtischen Einkaufszentrum

- die **Anzahl der Geschäfte** in der Stadt zu- oder abnimmt, lässt sich nicht eindeutig belegen. Es lässt sich lediglich eine leichte Tendenz zur Verringerung der Anzahl der Geschäfte feststellen, da dann vor allem nicht mehr zeitgemäße Läden schließen, was wiederum Raum für eine Modernisierung bietet.
- die **Umsätze** in der Stadt außerhalb des Centers sinken oder steigen, lässt sich ebenso wenig eindeutig feststellen. Tendenziell ergibt sich lediglich ein leichter Rückgang der Gesamtverkaufsfläche.
- die **Mieten** außerhalb des Centers steigen oder sinken, ist ebenso offen. Feststellbar ist lediglich eine leichte Tendenz zu sinkenden Mieten, was die Chance bietet, neue Geschäfte, die sich bisher die hohen Mieten in den Hauptlagen nicht leisten konnten, anzusiedeln.
- die **Zahl der Textilanbieter** in der Stadt sinkt oder steigt, bleibt ebenfalls offen. Es gibt einige Anzeichen dafür, dass ein innerstädtisches Einkaufszentrum zu einer geringeren Anzahl von Textilgeschäften außerhalb des Centers, aber zu einer Zunahme der Gesamtzahl aller Textilanbieter in der Stadt führt.
- die **Kundenfrequenz** in der Stadt außerhalb des Centers steigt oder sinkt, ist ein weiterer Diskussionspunkt. Hier spricht einiges dafür, dass die Kundenzahlen in

einigen Bereichen der Stadt außerhalb der 1A-Lagen zurückgehen.

- die **Kopplungseffekte** zu- oder abnehmen, wird ebenfalls heiß diskutiert. Tatsache ist, dass ungefähr die Hälfte der Besucher eines Einkaufszentrums auch andere Innenstadtgeschäfte aufsuchen und umgekehrt, insbesondere dann, wenn die Distanz zwischen Center und Innenstadt gering und die Wegeverbindung zwischen beiden eng und gut ist.
- die **Zentralität** (die Handelsumsätze im Verhältnis zur Kaufkraft) sinkt oder steigt, lässt sich zwar auch nicht immer eindeutig beantworten, doch gibt es starke Anzeichen dafür, dass die Zentralität aufgrund durch ein neues Center steigt.

Das Fazit dieser Ergebnisse: Man sollte mit der Aussage vorsichtig sein, dass innerstädtische Einkaufszentren „immer“ mit ganz bestimmten Wirkungen verbunden sind – im Positiven wie im Negativen. Es scheint eher so, dass viele Entwicklungen im Gefolge neuer innerstädtischer Einkaufszentren von einer Vielzahl unterschiedlicher Faktoren abhängen: von der Centergröße, von der Entfernung zu den anderen innerstädtischen Einkaufslagen usw. Eine individuelle (und transparente) politische, aber rationale Analyse der verschiedenen Entscheidungsoptionen ist bei jedem einzelnen Vorhaben zu empfehlen, damit Centerentwickler, örtliche Einzelhändler und Politiker genauere Vorstellungen über mögliche Wirkungen eines neuen Einkaufszentrums erhalten können.

Was bleibt also letztlich? Die DSSW-Studie ist ein wertvoller Beitrag zur Versachlichung der Diskussion. Sie zeigt aber auch, dass wissenschaftliche Analysen politische Entscheidungen nicht ersetzen können – und den Weg zur politischen Entscheidung manchmal auch nicht leichter machen. | **Dieter Bullinger**



*Dieter Bullinger ist Gründer und Geschäftsführer der debecon GmbH
Dieter Bullinger
Consulting for better shopping destinations.*

THE MULTI PERSPECTIVE



To create city hearts that sustain the future

Visit us at MAPIC stand R31.43
www.multi.eu

THEMEN UND TRENDS DER INTERNATIONALEN IMMOBILIENBRANCHE

Die Expo Real in München ist einer der wichtigsten Treffpunkte der Immobilienbranche und ein Barometer für aktuelle Trends und Entwicklungen nicht nur in Deutschland, sondern auch in Zentral-, Ost- und Südosteuropa.

Mehr Aussteller und mehr Besucher als zuvor verzeichnete die Expo Real in München Anfang Oktober. Rund 38.000 Teilnehmer wurden gezählt, 1.700 Aussteller präsentierten sich in den sechs Messehallen, die an allen Tagen von morgens früh bis abends spät gut gefüllt waren. Denn das gesamte Spektrum der Immobilienwirtschaft traf sich in München.

„Keine Lust auf Frust“ titelte Maria Pütz-Willems von „hospitalityInside“ ihre Nachdrehe im gleichnamigen Internetportal, in dem es rund um die Spezialimmobilie Hotel geht. Besser lässt sich die Stimmung kaum zusammenfassen. „Frust“ droht vor allem deutschen Marktteilnehmern von außen: Denn hier sorgt die Umsetzung der europäischen AIFM (Alternative Investment Funds Management)-Richtlinie in nationales Recht für große Aufregung. Geschlossene Fonds sollen stark eingeschränkt, neue offene Fonds nicht mehr zugelassen werden. Wie sehr die Branche dieses Thema bewegt, zeigte sich daran, dass mehr als 200 Teilnehmer zu der Podiumsdiskussion über dieses Thema im Expo Real Forum zusammenkamen. Ebenso stark war das Interesse an den Diskussionen über demographische Trends und deren Auswirkungen auf Gewerbe- und Wohnimmobilien im Konferenzprogramm der Expo Real. Auch hier fanden sich gut 200 Zuhörer ein. Eher als bei dem Themenkomplex Demographie vorherzusehen war die hohe Teilnehmerzahl bei den zahlreichen Diskussionen rund um das Thema Finanzierung. Demographie und Finanzierung waren auf der diesjährigen



An allen drei Messetagen waren die Hallen gut gefüllt.

Expo Real generell die wohl am meisten diskutierten Themen, die inzwischen die „Nachhaltigkeit“ abgelöst haben, auch wenn man diesem Begriff an vielen Ständen und bei manchen Veranstaltungen nach wie vor begegnete. Allerdings geht es bei Nachhaltigkeit inzwischen um deutlich mehr als nur um „grüne“ Zertifikate.

Die Mehrzahl der Aussteller kam aus Deutschland. Zu diesen Ausstellern gehörten nicht nur nahezu alle wichtigen Unternehmen der Immobilienwirtschaft, sondern auch die Gemeinschaftsstände sämtlicher großen deutschen Städte und Regionen sowie zahlreicher Mittelstädte, Kreise und anderer Gebietskörperschaften. Doch diese umfassende Abbildung des deutschen Marktes stieß durchaus auf das Interesse der internationalen Teilnehmer. „Wenn Märkte anderswo im Abschwung sind, hat sich Deutschland immer als Liebling der Branche erwiesen“, brachte es Jörg Banzhaf, Geschäftsführer Deutschland des niederländischen Immobilienun-

ternehmens Corio auf den Punkt. Für die Expo Real wirkt sich diese Tiefe des deutschen Angebots durchaus auch auf die Breite des internationalen Interesses an der Messe aus – und umgekehrt.

Genau zu diesem Thema sorgte auf der Messe die Mitteilung einer Transaktion für einiges Aufsehen: Ein Joint Venture aus Axa Real Estate und dem norwegischen Staatsfonds Norwegian Government Pension Fund Global, den Norges Bank Investment Management (NBIM) managt, hat die beiden prominenten innerstädtischen deutschen Gewerbeimmobilien „Frankfurter Welle“ in Frankfurt am Main und „Neues Kranzler Eck“ am Kurfürstendamm in Berlin für rund 784 Millionen Euro gekauft. Verkäufer war die Royal Bank of Scotland RBS. Das „Neue Kranzler Eck“ umfasst rund 72.400 Quadratmeter Büro- und Handelsfläche, die „Frankfurter Welle“ 81.600 Quadratmeter, die vorwiegend als Büros genutzt werden. Bei beiden Objekten handelt es sich



Nicht nur die Hauptstadt Warschau, fast alle Städte und Regionen Polens präsentierten sich auf der Expo Real.

um auch so begehrte „Core“-Immobilien und bei der Transaktion um eine Ausnahmerecheinung im gehobenen Segment. Gleichwohl hat ein solches Investment durchaus Signalwirkung: Der Immobilienmarkt ist – trotz Finanz- und Wirtschaftskrise – nach wie vor existent, die Investition in die Immobilie als Sachwert ist oftmals attraktiver als die in reine Finanzmarktprodukte, und – vor allem – grenzüberschreitendes Geschäft findet statt.

Besonders das grenzüberschreitende Geschäft interessiert die internationalen Aussteller, die nach München kamen, um auf den eigenen Standort, eigene Immobilien und Projektentwicklungen oder Dienstleistungen aufmerksam zu machen. Folgt man den Äußerungen der Aussteller, so hat sich dieser Wunsch in den meisten Fällen erfüllt.

Ganz sicher lässt sich das für die polnischen Aussteller sagen. Wie schon in den Jahren zuvor, war Polen nicht nur mit den größeren Städten, sondern auch mit zahlreichen Regionen als Aussteller nahezu flächendeckend auf der Expo Real vertreten. Die größte Aufmerksamkeit zog dabei der Stand der Stadt Warschau auf sich. Katarzyna Ratajczyk von der Wirtschaftsförderung der Stadt Warschau und ihr Team hatten jede Menge zu tun – besonders beim Standempfang nach einer Podiumsdiskussion über Polen im Investment Locations Forum des offiziellen

Konferenzprogramms der Expo Real. An diesem Podium nahm nicht nur der stellvertretende und für Stadtentwicklung zuständige Bürgermeister der Hauptstadt Polens Michal Olszewski teil, sondern auch Stefan Brendgen, CEO der Allianz Real Estate GmbH. Die Immobilientochter des Versicherungskonzerns Allianz hat dieses Jahr erstmals in Polen investiert, genauer: in Warschau, und das gleich doppelt und nicht zu knapp: Allianz Real Estate kaufte das Büroensemble „Platinum Business Park“ für rund EUR 173 Millionen sowie in einem Joint Venture mit Tristan Capital Partners das WFC Warsaw Financial Center für rund EUR 210 Millionen. „Auch wenn wir grundsätzlich für Polen insgesamt positive wirtschaftliche Eckdaten sehen, so steht die Hauptstadt mit ihrer robusten Wirtschaft und guten Wachstumsperspektiven zunächst deutlich im Fokus unserer Akquisitionstätigkeit. Wir beschäftigen uns aber auch mit regionalen Zentren wie Lodz, Krakau, Danzig, Kattowitz oder Breslau. Aufgrund der überschaubaren Büromärkte in diesen Zentren sind wir dort besonders an Investitionen in Shopping Center interessiert“, sagte Stefan Brendgen. Für ihn ist klar, dass Polen für Allianz Real Estate weiterhin ein Investitionsstandort bleiben wird: „Weitere Akquisitionen sind in der Pipeline, die Verhandlungen dazu bereits fortgeschritten. Nach den jetzt erfolgten Akquisitionen möchten wir unsere Präsenz in Polen weiter ausbauen.“

Bernhard Berg, Sprecher der Geschäftsführung der IVG Institutional Funds GmbH, der ebenfalls an der Podiumsdiskussion teilnahm, zollt Anerkennung: „Auch in den kommenden Jahren wird es in Polen ausreichend geeignete Investitionsmöglichkeiten geben. Für Investments in Polen räumen die internationalen Banken unverändert attraktive Konditionen ein. Dadurch wird insbesondere Warschau im internationalen Vergleich seinem Status als einer der derzeit attraktivsten Standorte für Investitionen in Büro- und Handelsimmobilien in Europa weiterhin gerecht werden.“ Kein Wunder, dass umgekehrt Marcin Juszczyk, Vorstand und Leiter der Investitionsabteilung bei dem polnischen Immobilienunternehmen Grupa Capital Park, das Mitaussteller bei der Stadt Warschau war, voll des Lobes für die Expo Real war: „Meine Eindrücke sind sehr positiv. Ich bin angenehm überrascht über die Vielzahl der Teilnehmer und das geschäftliche Treiben auf der Messe. Wir hatten Gelegenheit, viele Investoren und Geschäftspartner zu treffen. Einige davon hatten vorab einen Termin vereinbart, doch die meisten kamen spontan. Die Qualität des Veranstaltungsorts und die Organisation der Diskussionsforen waren perfekt. Wir werden alles unternehmen, um auch im nächsten Jahr wieder hier zu sein.“

Schon seit einigen Jahren sind auch Aussteller aus der Russischen Föderation ein

fester Bestandteil der Expo Real. Seit den Anfängen der Messe ist die Stadt Moskau dabei, wenig später kam Sankt Petersburg dazu, dann – unter anderen – die Region Moskau, Kaluga und Rostow am Don. Auch die Russian Housing Development Foundation RHDF nimmt mittlerweile seit einigen Jahren als Aussteller an der Expo Real teil. Erstmals mit eigenen Ständen waren in diesem Jahr Wolgograd

Großprojekt gut durchdacht sein und sind entsprechend langwierig. Gleichwohl interessieren sich Investoren vor allem für konkrete Planungen. Im jetzigen Stadium mit zehn Masterplänen ist das Vorhaben zwangsläufig noch etwas vage. Schade war auch, dass das Thema Verkehrsinfrastruktur, das als ein Leitfaden die Veranstaltungen im vergangenen Jahr dominierte, nur bedingt wieder aufgegriffen wurde.

alten Textilfabrik in der polnischen Stadt Lodz in ein neues Designhotel. Generell erinnert das Petersburger Vorhaben stark an die derzeitigen Nutzungen der ehemaligen Moskauer Schokoladenfabrik „Roter Oktober“. Doch Irina Babiuk wies darauf hin, dass im Unterschied dazu die Petersburger Pläne explizit von der dortigen Stadtregierung gewünscht und gefördert werden.



Polen stand auch im Mittelpunkt einer Diskussionsrunde im Investment Locations Forum.

Franz Jurkowitsch war auch am Stand von Kaluga anzutreffen. Die knapp 200 Kilometer südwestlich von Moskau gelegene Region hat – für russische Verhältnisse „nur“ – gut eine Million Einwohner, dafür aber als international orientierte „Auto-stadt“ ein klares Profil. Auf der Expo Real stellte Kaluga als aktuelle Projekte unter anderem ein neues Hotel, eine Wohnbebauung und die Umgestaltung des innerstädtischen Ufers der Oka vor. Warimpex interessierte sich für das Hotel, während die neue Ufergestaltung mit knapp 20.000 Quadratmetern für Handelsflächen sowie Parkhäusern unter anderem auf das Interesse von Repräsentanten internationaler Luxemburger Fonds stieß.

und Sachalin, aber auch die in Russland beheimatete Sberbank vertreten. Moskau als Haupt- und größte russische Stadt belegte – wie immer – auch die größte Ausstellungsfläche. Dennoch hält sich – verglichen mit Polen – das Interesse besonders deutscher Projektentwickler und Investoren an Russland derzeit in Grenzen. Ein Grund dafür ist sicherlich, dass die Finanzkrise generell zu einer gewissen Zurückhaltung bei neuen internationalen Engagements geführt hat. Hinzu kommt der Eindruck, dass – wie einige Interessierte berichteten – der am Stand von Moskau thematisierten und auch diskutierten Erweiterung des Stadtgebietes noch etwas die scharfen Konturen fehlen. Selbstverständlich sind 148.000 Hektar kein Pappenstiel, sondern bedeuten eine Erweiterung der Stadt auf mehr als Doppelte ihrer bisher schon riesigen Ausdehnung, und selbstverständlich wollen die Planungen für ein solches

Am Stand von Sankt Petersburg – in Russlands zweitgrößter Stadt hatte sich seit der Expo Real im Vorjahr ein Wechsel von der Gouverneurin Valentina Matwienko zum neuen Gouverneur Georgi Poltavtschenko vollzogen – wurden ebenfalls einige neue Pläne und Projekte vorgestellt. Dabei geht es vor allem darum, in aufgelassenen Fabrikarealen Angebote für die so genannte Kreativbranche zu entwickeln. Auf einer Podiumsdiskussion tauschte sich Irina Babiuk, Stellvertretende Leiterin des Komitees für Investments und strategische Projekte der Stadtregierung von Sankt Petersburg, unter anderem mit Franz Jurkowitsch, Vorstand der österreichischen Warimpex, aus. Warimpex hat zwar im Dezember 2011 in Sankt Petersburg am Flughafen Pulkovo das Projekt „Airportcity“ eröffnet, doch auf der Expo Real berichtete er vor allem über die Erfahrungen der Warimpex bei der Umnutzung einer

Über die Arbeit der Russian Housing Development Foundation wie auch andere Unternehmen, Projekte und Standorte in CEE, die auf der Expo Real präsentiert wurden, werden wir in den kommenden Ausgaben des SPH Newsletter berichten. Denn zu den Ausstellern aus CEE gehörten unter anderen die tschechischen Städte Prag und Ostrava, die ungarische Hauptstadt Budapest sowie Unternehmen aus der Slowakei und Slowenien, aber auch die Investitionsagenturen aus Bosnien und Herzegowina, Serbien sowie Kroatien. Und einige der vorgestellten Aktivitäten und Projekte lohnen das nähere Hinsehen. Aufmerksamkeit weckte auf jeden Fall das Marketing der Kroaten: Mit dem Slogan „Be creative“ haben sie ihre eigene Kreativität unschlagbar unter Beweis gestellt. Nun bleibt zu beobachten, wer dieser Aufforderung folgt.

Die Expo Real 2013 wird von Montag, den 7. Oktober, bis Mittwoch, den 9. Oktober stattfinden. | **Andreas Schiller**

expo real

Building networks

**Oct
7-9
2013**

**Save
the
date**

www.exporeal.net

GROSSES EINKAUFSZENTRUM FÜR EINE GROSSE STADT



Das jüngst eröffnete Shopping Center „Marmara Park“ in Istanbul, das von ECE entwickelt wurde.

In Istanbul hat ECE die zweite eigene Projektentwicklung in der Türkei fertiggestellt: das Shopping Center „Marmara Park“. Einkaufszentren in Istanbul unterliegen sehr eigenen Gesetzen, sollen sie langfristig erfolgreich sein.

Im Oktober eröffnete das Einkaufszentrum „Marmara Park“ in Istanbul. Nach dem Debüt mit einem Shopping Center in der anatolischen Stadt Eskisehir ist es die zweite Projektentwicklung von ECE in der Türkei. Das auf der europäischen Seite im Stadtteil Beylikdüzü-Esenyurt gelegene Objekt umfasst auf vier Etagen rund 250 Fachgeschäfte, Restaurants, Cafés sowie ein Kino. Zur Eröffnung war die Gesamt-

fläche von rund 100.000 Quadratmetern komplett vermietet. Zu den Mietern gehören unter anderem Saturn, C&A, H&M, Zara, Victoria's Secret und die türkische Handelskette Boyner. Direkt an das eigentliche Shopping Center grenzen ein Bauhaus-Markt sowie ein Real-Hypermarkt an.

Als Investor des Projekts, das rund EUR 220 Millionen gekostet hat, ist ein geschlossener Immobilienfonds der zur Deutsche Bank Gruppe gehörenden DWS mit 50 Prozent beteiligt. Die andere Hälfte verbleibt im Besitz von ECE bzw. der Familie Otto. Finanziert wurde das Objekt durch die türkische Finanzbank, die einen Kredit von bis zu EUR 115 Millionen zur Verfügung stellte.

„Noch ein Shopping Center mehr in Istanbul“, möchte man angesichts der Eröffnung sagen, denn inzwischen gibt es mehr als 100 moderner Einkaufszentren in der Stadt. Doch schon allein durch die Größe unterscheidet sich Istanbul von vielen anderen Städten. Istanbul kann mit Fug und Recht als Metropole bezeichnet werden: Offiziell leben in der bevölkerungsreichsten Stadt der Türkei beidseits des Bosphorus auf einer Fläche von knapp 2.000 Quadratkilometern rund 13,3 Millionen Einwohner – tatsächlich werden es wohl zwischen 17 und 20 Millionen Menschen sein. Da kann ECE locker von vier Millionen Menschen im Einzugsgebiet des „Marmara Park“ sprechen. Zum anderen spielte und spielt in Istanbul der

Handel eine große Rolle. Geschäfte sind durchgängig von 10 Uhr morgens bis 22 Uhr abends geöffnet, teilweise auch 24 Stunden am Tag – und das selbst an Wochenenden und Feiertagen. Die zur Fußgängerzone umgestaltete Istiklal Cadessi, auf Deutsch: Unabhängigkeitsstraße, im Stadtteil Beyoglu wie auch andere Einkaufsstraßen sind besonders hoch frequentiert. Handel findet zudem nicht nur in den Gebäuden, sondern auch auf Straßen und Plätzen statt. Das quirlige Istanbul ist eine Handelsmetropole pur!

und Bars wie Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung bieten muss. Das können ein Multiplex-Kino, ein Bowling-Center und andere Attraktionen sein. Deshalb hat man sich wohl bei „Marmara Park“, übrigens zum ersten Mal bei ECE, für ein Themenkonzept entschieden. Es heißt „Galaxie“, bei der Eröffnung symbolisiert durch das nachgebaute Modell einer Weltraumrakete. Da wird noch etwas mehr folgen (müssen), denn das Shopping Center „Forum Marmara“ von Multi Development, mit 175.000 Quadratmetern Verkaufsfläche

Da hilft auch ein gut gewählter Standort nicht. Im dem inzwischen vorwiegend von Hochhäusern geprägten Stadtteil Levent zum Beispiel stehen die Einkaufszentren „Kanyon“ und „Metro City“ so dicht beieinander, dass sie durch eine öffentliche Unterführung miteinander verbunden sind. Und ein paar hundert Meter entfernt wird bald das Projekt „Zorlu Center“ fertig, das neben anderen Nutzungen eine 105.000 Quadratmeter große Shopping Mall umfassen wird. Andreas Hohlmann, Geschäftsführer von ECE Türkiye, sagt zu



Links das neue Einkaufszentrum „Marmara Park“, rechts Alexander Otto, CEO der ECE, am Abend vor der Eröffnung.

Doch gelten für den Handel und damit auch für Handelsimmobilien hier einige andere Regeln als in westeuropäischen Ländern. Da ist zum einen die ausgesuchte Freundlichkeit, mit der einem Verkäufer entgegenkommen, und zum anderen – besonders bei teureren Einkäufen – die individuelle Vereinbarung des Kaufpreises. So wie der traditionsreiche und vielseitige Handel gehört auch das Handeln zu den türkischen Charakteristika. Eine weitere Eigenheit ist: Einkauf ohne Drumherum geht nicht. Erfahrene Projektentwickler und Centermanager – und ECE gehört dazu, denn mit der Tochtergesellschaft ECE Türkiye ist das Unternehmen nicht nur seit dem Jahr 2000 in der Türkei präsent, sondern betreibt dort mittlerweile auch elf Einkaufszentren – wissen, dass ein Shopping Center in der Türkei sowohl eine gute Auswahl an Restaurants, Cafés

noch größer und durch die unmittelbare Nachbarschaft eines Real-Hypermarkts sowie eines Ikea Einrichtungshauses mit „Marmara Park“ durchaus vergleichbar, verfügt zwar über kein ausdrückliches Themenkonzept, wohl aber über das 7.000 Kubikmeter große Aquarium „Turkuazoo“ sowie „Jurassic Land“, ein so genanntes Edutainment Center über die Welt der Dinosaurier. Beide sind besonders für Kinder und Jugendliche Anziehungspunkte.

Solche individuellen Merkmale sind genauso wichtig wie die Größe eines Shopping Centers, um gegenüber der Konkurrenz bestehen zu können. Denn in Istanbul gibt es bei der Flächenplanung keine räumliche Begrenzung für Verkaufsflächen, so dass theoretisch in unmittelbarer Nachbarschaft eines Shopping Centers schon bald das nächste eröffnen kann.

diesem Wettbewerb einfach: „Der beste Schutz ist das beste Center.“

Der Satz ist – ganz generell und unabhängig vom Unternehmen – vor dem Hintergrund eventueller künftiger Mitbewerber gar nicht so sehr als Marketingspruch, sondern durchaus als Strategie gemeint. Gleichwohl relativierte Alexander Otto, Sprecher der Geschäftsführung der ECE, bei der Eröffnung von „Marmara Park“ mögliche Konkurrenzsituationen: „Der Wettbewerb unter den Shopping Centern kompensiert sich durch das starke Wachstum der Stadt.“ Das ist nicht nur ein Kompliment an die Metropole am Bosphorus, sondern als Statement auch durchaus diplomatisch. Denn seit April 2012 ist Alexander Otto auch europäischer Präsident des International Council of Shopping Centers ICSC. | **Andreas Schiller**

Your Full-Service- Partner for Real Estate Exhibitions



Stand Design & Stand Construction
Interior Design & Production, 3D-Renderings,
Graphic-Design, Video-Productions

spacewood GmbH
Intzestrasse 12
60314 Frankfurt

Fon +49(0)69/943186-0
Fax +49(0)69/943186-20
mail: info@spacewood.de
www.spacewood.de



MESSEN UND KONGRESSE



8. – 9. November 2012

Real Estate Circle 2012

Was: Der Real Estate Circle ist das traditionsgemäß im November stattfindende Herbsttreffen der österreichischen Immobilienwirtschaft und ihrer Entscheider – von Investoren über Projektentwickler bis zu Finanzierern. Dabei geht es sowohl um österreichische als auch internationale Themen und Trends, die für die Branche von Bedeutung sind. Bei der starken Fokussierung der österreichischen Immobilienwirtschaft auf Zentral-, Ost- und Südosteuropa spielen auch Entwicklungen in diesen Ländern bei den Diskussionen und Gesprächen eine große Rolle.

Wo: Courtyard by Marriott Wien Messe, Wien, Österreich

Information und Anmeldung:
www.businesscircle.at

14. – 16. November 2012

Mapic – Internationale Messe für Einzelhandelsimmobilien

Was: Erklärtes Ziel der Mapic ist, Retailer und Immobilienbranche zusammenzuführen. Beide leben zwar in recht unterschiedlichen Welten, sind jedoch aufeinander angewiesen. Die einen brauchen entsprechende Flächen, um neue Geschäfte zu eröffnen, die anderen haben die Flächen und suchen den passenden Nutzer. Vor allem für jene, die nach Russland expandieren wollen, wird die Nachricht von Interesse sein,

dass auf der Mapic 2012 Russland „Country of Honour“ ist, ein Land, das allein schon von seiner Größe her ein gewichtiger Markt für den Handel und Handelsimmobilien ist.

Wo: Palais des Festivals, Cannes, Frankreich

Information und Anmeldung:
www.mapic.com

15. November 2012

IRE Expert Conference Challenges and Solutions for Urban Mobility in European Cities and Towns

Was: In den meisten europäischen Städten kann die Entwicklung der Transportinfrastruktur mit dem Bevölkerungswachstum und den zunehmenden Mobilitätsansprüchen der Menschen nicht Schritt halten. Die Frage, wie man mehr Mobilität gewährleisten und dabei gleichzeitig Staus und Verkehrsunfälle verhindern und die Umweltbelastung gering halten kann, ist eine der Herausforderungen, vor denen alle Städte in Europa stehen. Die größte Schwierigkeit ist dabei, den Menschen eine neue Vorstellung von Mobilität zu vermitteln und sie zu bewegen, zu Fuß zu gehen, das Fahrrad oder öffentliche Verkehrsmittel zu benutzen. Gleichzeitig darf der Übergang zu einer anderen Form der Mobilität Städte weder ökonomisch noch sozial gefährden. Diese Aufgabe erfordert von den politisch Verantwortlichen viel Fingerspitzengefühl sowie die Entwicklung und Anwendung neuer technischer Lö-

sungen. Die IRE Expert Conference bietet die Möglichkeit zum Austausch von Ideen und Erfahrungen auf europäischer Ebene

Wo: Tübingen, Deutschland

Information und Anmeldung:
www.institut-ire.eu

22. bis 24. November 2012

10. denkmal – Europäische Messe für Denkmalpflege, Restaurierung und Altbausanierung

Was: Die denkmal findet seit 1994 alle zwei Jahre in Leipzig statt und hat sich als führende Messe der Branche in Europa etabliert. Sie wendet sich nicht nur an Restauratoren, Denkmalpfleger und Handwerker, sondern auch an private, kommunale und kirchliche Bauherren sowie an Investoren und Eigentümer historischer Gebäude. Als Partnerland hat die Messe in diesem Jahr Russland gewonnen. Russland ist seit Beginn auf der denkmal vertreten. Vor allem in vielen oft Jahrhunderte alten russischen Städten sind durch neue Stadt-sanierungskonzepte die Modernisierung und die Umnutzung historischer Gebäude aktuelle Themen. Wurde früher oft abgerissen, wird heute eher erhalten. Hier bietet sich der Austausch zwischen Ost und West geradezu an, zumal in Russland Handwerker oft noch die traditionellen Techniken beherrschen, die in westlichen Ländern weitgehend verloren gegangen sind.

Wo: Messe Leipzig, Messe-Allee 1, Leipzig, Deutschland

Information und Anmeldung:
www.denkmal-leipzig.de

IM FOKUS: DIE BESTEN EINKAUFSMEILEN DER WELT

Auch wenn man diese Entwicklung bedauern mag, Tatsache ist, dass Handelsunternehmen heute in alle Welt expandieren und sich die Shopping-Meilen aller großen Städte in ihrem Angebot häufig weitgehend ähneln. Vor allem Luxusmarken expandieren zunehmend nach Asien und Lateinamerika, wo Wirtschaftswachstum und steigende Kaufkraft die Umsätze in die Höhe treiben. Doch nicht jede Expansion einer Handelskette erweist sich als gleichermaßen erfolgreich.

Die Haupteinkaufsstraßen und die wichtigsten Shopping Center in 60 internationalen Metropolen der Modewelt hat die Schweizer Location Group in ihrer Retail-Marktstudie 2012 genauer untersucht. Sie zeigt Veränderungen auf, betrachtet die so genannten 1A-Lagen genauer und berichtet über Trends, Investments und Neuentwicklungen.

Dabei fällt ein sehr genauer Blick auf den Heimatmarkt Schweiz. Hier bietet die Studie umfassende Informationen, die in dieser kompakten Form wohl kaum anderswo zu finden sind und die sich nicht nur auf Zürich und Genf beschränken, sondern auch Städte wie Winterthur, Biel und Lugano genauer betrachten. Auch

in Deutschland untersucht die Studie die Haupteinkaufsmilein von immerhin zehn Städten genauer. Darüber hinaus stehen Europas Haupt- und Großstädte im Fokus, auch jene in CEE wie Warschau, Prag, Budapest, Bukarest, Moskau, Zagreb und Belgrad und Istanbul, das allerdings dem Nahen Osten zugeschlagen wird, obwohl die „High Streets“ der Stadt alle auf der europäischen Seite liegen. Auch nach Afrika, Asien, Nord- und Lateinamerika sowie Australien und Neuseeland richtet sich der analysierende Blick.

Die detaillierte Untersuchung der Haupteinkaufsstraßen wird ergänzt durch eine Reihe von Informationen im Überblick, angefangen bei einer Auflistung der wichtigsten Shopping-Meilen und Einkaufszentren für die großen Städte eines Landes und einer Übersicht über die weltweit agierenden Luxus- und Mainstream-Retailer, über einen Vergleich von Preisen, Löhnen und Mieten bis hin zu einer Übersicht über die wichtigsten M&A im Modebereich, über Projekte in der Entwicklungspipeline sowie über die Aktivitäten auf den Retail-Investmentmärkten. Abgerundet wird das Ganze durch einen umfangreichen Quellennachweis zu den einzelnen Standorten und Themen.



locationgroup research:
Retail-Marktstudie 2012
498 Seiten
In Deutsch und Englisch verfügbar
Preis: CHF 750 (plus MwSt)
Zu bestellen unter research@location.ch
oder als Download unter www.location.ch

impressum

Redaktion: Andreas Schiller (V.i.S.d.P.),
Marianne Schulze

Layout: Silvia Bönisch, www.boenisch.co.at

Erscheinungsweise: monatlich

Verlag: Schiller Publishing House
Unternehmungsgesellschaft (haftungsbeschränkt)
Buchmühlenstr. 21
D-51465 Bergisch Gladbach

Geschäftsführer: Andreas Schiller

Handelsregister: Amtsgericht Köln, HR: B 68026

UID: DE270670378

T: +49 22 02 989 10 80

F: +49 22 02 989 10 81

E: office@schillerpublishing.de

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des Autors und nicht unbedingt die der Redaktion wieder. Der SPH Newsletter darf zu Informationszwecken kostenlos ausgedruckt, elektronisch verteilt und auf die eigene Homepage gestellt werden. Bei Verwendung einzelner Artikel oder Auszüge auf der Homepage oder im Pressespiegel ist stets die Quelle zu nennen. Der Verlag behält sich das Recht vor, in Einzelfällen diese generelle

Erlaubnis zu versagen. Der Nachdruck und besonders jedwede andere gewerbliche Verwendung des SPH Newsletters sind – auch nur in Auszügen – außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts untersagt. Jeglicher Nachdruck oder eine andere gewerbliche Verwendung bedarf der schriftlichen Genehmigung des Verlages.

Fotos: Kzenon – Fotolia.com (S. 1), MAPIC 2011/Reed Midem (S. 11), ECE (S. 13, S. 19, S. 20), Kaemte_pixelio.de (S. 14), Messe München GmbH (S. 16, S. 17), Allianz Real Estate (S. 18), fotokalle – Fotolia.com (S. 22)