

EHI Shopping-Center Report 2023

Marktentwicklungen, Planungen,
Revitalisierungen sowie Factory-Outlet-Center



EHI

in Kooperation mit

 **GERMAN COUNCIL OF
SHOPPING PLACES**

Mit freundlicher Unterstützung von:



Editorial

Anfang 2022 hatte sich die Einzelhandelslandschaft in Deutschland nach der schrittweisen Rücknahme vieler Corona-Maßnahmen gerade wieder erholt und es wurden wieder Pläne für die Zukunft geschmiedet, als mit dem Krieg in der Ukraine eine neue globale Krise ausbrach. Die Auswirkungen auf den Handel zeigen sich hier vor Ort insbesondere durch die hohe Inflation und die daraus resultierende Kaufzurückhaltung bei den Konsument:innen. Hohe Energiepreise treiben die Nebenkosten in die Höhe, die Inflationsrate führt zu Indexsteigerungen bei den im Handel sehr verbreiteten Indexmietverträgen.

Die Herausforderungen sind vielfältig und es ist angesichts dessen ausgesprochen positiv zu sehen, dass die Branche weitgehend zusammensteht. Händler, Managements und Eigentümer finden in vielen Fällen Wege und Kompromisse, um gute Standorte für die Zukunft zu sichern. Unprofitable oder aus der Zeit gefallene Konzepte können anderen Nutzungen zugeführt werden. Büroflächen, Wohnungen, medizinische Dienstleistungen, Hotels oder Freizeiteinrichtungen werden immer öfter Teil von Shopping-Centern – Stichworte Mixed-Use und Quartiersentwicklung.

Ich habe den EHI Shopping-Center Report in diesem Jahr erstmalig geleitet und freue mich sehr darauf, den Report auch in Zukunft weiterzuführen

und weiterzuentwickeln. Zum Beispiel haben wir die Definition des Shopping-Centers leicht modifiziert und dadurch einige neue und sehr interessante großflächige Einzelhandelsimmobilienprojekte in unseren Report aufnehmen können. Eine weitere Neuerung ist die stärkere Einbeziehung der Mietersicht in den Shopping-Center Report – hierfür haben wir einige spannende Kurzinterviews und Expansionsprofile von namhaften Shopping-Center-Mietern in den Report integriert.

Die Shopping-Center-Landschaft ist in Bewegung – dies zeigen uns viele Revitalisierungen und komplette Neupositionierungen. Die Nutzungen und auch die Center selbst werden immer vielfältiger in ihrer Positionierung. Das EHI wird die Entwicklung auch in den kommenden Jahren aufmerksam begleiten.

Ich bedanke mich ganz herzlich bei allen Autor:innen der Fachartikel für die Zusendung der interessanten Beiträge und wünsche den Leser:innen eine interessante und inspirierende Lektüre.



Lena Knopf

Projektleiterin Forschungsbereich
Immobilien + Expansion
Leiterin Shopping-Center Report
EHI Retail Institute



Foto: HGHI Holding GmbH



Foto: Grundstücksgesellschaft Einkaufszentrum Göppingen mbH

48

50

Inhalt

EHİ-RESEARCH

- 18 Vier Gründe, warum der Shopping-Center-Report online einfach besser ist
Marco Atzberger, EHI Retail Institute
- 22 Shopping-Center 2022: Knick in der Statistik
Lena Knopf, EHI Retail Institute

SPECIAL TOP-MIETER

- 32 Top-Mieter in Shopping-Centern
Lena Knopf, EHI Retail Institute
- 38 Top-Mieter Deichmann
Expansionsprofil
- 38 Top-Mieter Ernsting's family
Expansionsprofil
- 39 Top-Mieter Rewe
Christian Schneider, Rewe
- 40 Top-Mieter dm
Expansionsprofil
- 40 Top-Mieter McPaper
Expansionsprofil
- 41 Top-Mieter Kaufland
Susanne Gehle, Kaufland Dienstleistung
- 42 Top-Mieter Depot
Expansionsprofil

- 42 Top-Mieter Jeans Fritz
Expansionsprofil
- 43 Top-Mieter Takko Fashion
Eckhard Labrenz, Takko Fashion
- 44 Top-Mieter Tom Tailor
Paul Pörtner, Tom Tailor Retail

NEUERÖFFNUNGEN 2022

- 47 Shopping-Center
Neueröffnungen 2022
Tabelle
- 48 Fußgängerzone Gorkistraße/
Tegel Quartier
Megaprojekt in der Hauptstadt
- 50 agnes Göppingen
Einkaufen, Erleben, Mittendrin
- 52 Dreiländergalerie Weil am Rhein
Über die Grenzen hinaus
- 54 Perlach Plaza
Ein Zentrum für Lebensqualität

PLANUNGEN

- 58 10 Shopping-Center Planungen
ab 2023
Karte und Tabelle

- 62 ZAM Freiham – Zam ins ZAM
Lars Jähnichen,
IPH Handelsimmobilien

REVITALISIERUNGEN

- 66 Revitalisierungen – Erweiterungen –
Umstrukturierungen
Tabelle
- 72 Rathaus-Center Pankow:
Die Kraft der zwei Herzen
Christoph Stoll, Jagdfeld Real Estate
- 74 Die neue Rathaus Galerie Essen
André Stromeyer,
HBB Centermanagement
- 76 Alleen Center Trier:
Grüne Brücke zur Altstadt
Rüdiger Hampe, Völkel Real Estate
- 80 The Playce:
Mehr als ein Shopping-Center
Marcus Janko, ECE Marketplaces
- 82 Lausitz Park: Vorzeigeprojekt mit
Anziehungskraft
Dirk Boldt, Edeka-MiHa Immobilien-
Service
- 84 PEP Grimma: Von der veralteten Mall
zur guck-Mall
Björn Wendland, Elgeti Brothers
- 86 Frischzellenkur für
Handelsimmobilien
Jörg Wege, MEC

FACHBEITRÄGE

- 92 NeißerPark Görlitz: Energiesparen
im NeißerPark
Christian Albrecht & Holger Wandrey,
CEV Handelsimmobilien
- 96 Starke Partner für den Handel
Pia Klauck, Flughafen Düsseldorf
- 100 Quartiere – Management der Zukunft
Julia Steinmetz & Franka Jung-Larsen,
Apleona Real Estate
- 102 Investment – Comeback des
Shopping-Centers?
Christine Hager, Sonae Sierra
Deutschland
- 104 Wohlfühlorte für Begegnungen
Thomas Mark, MK Illumination
- 106 Ladesäulen –
Elektronische Shopping Queen
Thorsten Kempken, Strom + Gut
- 108 Parkraummanagement –
Fremdnutzung vermeiden
Moritz Graf zu Dohna, Ai-Parking
- 110 Studie Zukunftsfeste Innenstädte –
Zwischenbilanz und Strategien
Dr. Peter Markert, imakomm Akademie

GESAMTÜBERSICHT

- 114 Alle Shopping-Center in Deutschland
auf einen Blick
Tabelle
- 142 Überblick aller Factory-Outlet-Center
in Deutschland
Tabelle
- 143 Überblick großer Standorte für Travel
Retail an Flughäfen und Bahnhöfen
Tabelle

SERVICE

- 3 Grußworte
- 7 Editorial
- 12 Definitionen
- 14 EHI-Branchensystematik
- 144 Impressum

Foto: ECE





Definitionen

SHOPPING-CENTER

sind aufgrund zentraler Planung errichtete großflächige Versorgungseinheiten, die unter einem einheitlichen Management stehen und eine Retail-Mietfläche von mindestens 10.000 qm aufweisen. Sie verfügen über eine Vielzahl von Mietern aus den Branchen Einzelhandel, Gastronomie und/oder einzelhandelsnahe Dienstleistungen.

Häufige Charakteristika sind:

- die räumliche Konzentration von Retail-Flächen unterschiedlicher Größe
- eine Vielzahl von Fachgeschäften unterschiedlicher Branchen, in der Regel in Kombination mit einem oder mehreren dominanten Anbietern (z.B. SB-Warenhaus, Textilkaufhaus, Elektronik-Fachmarkt)
- ein großzügig bemessenes Angebot an Pkw-Stellplätzen
- die Wahrnehmung bestimmter Funktionen durch alle Mieter (z.B. Marketingmaßnahmen)

Sofern ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb rechtlich nicht in das Center integriert ist, aus Sicht der Kund:innen aber mit diesem eine Einheit bildet, gilt er als Teil des Shopping-Centers.

Sonstige Nutzungen wie Wohnungen, Büroflächen, Arztpraxen o.ä. sind nicht Bestandteil der Retail-Mietfläche. Die Gesamtfläche eines Shopping-Centers umfasst neben der Mietfläche auch die Fläche der Malls (Wege und Eventflächen innerhalb des Centers), die Fläche der Centerverwaltung und der Sanitärräume.

Besondere Unterformen von Shopping-Centern sind Fachmarkt-Center, hybride Center, Center an Bahnhöfen und Flughäfen, sowie Factory-Outlet-Center (FOC).

FACHMARKT-CENTER

verfügen in der Regel über

- verkehrsgünstige Stadtrandlagen und sind in der Regel gut auch für das weitere Umfeld erreichbar
- ebenerdige Nutzflächen und große ebenerdige und kostenlose Parkflächen
- schlichte Funktionalität in der Optik und wesentlich geringere Miet- und Nebenkosten als klassische Shopping-Center
- preisaggressiv diskontierende Händler, die auch eine Magnetfunktion erfüllen und durch kleinflächige Einzelhändler und Dienstleister ergänzt werden

HYBRIDE MALL

Eine hybride Mall verbindet Aspekte eines vorrangig auf den periodischen Bedarfsbereich ausgerichteten Fachmarktzentrum mit guter Erreichbarkeit, in der Regel kostenlosen Parkplätzen sowie ausgewogenem Branchen- und Mietermix sowie mit dem Einkaufserlebnis eines klassischen Einkaufszentrums. Den Mietermix bilden neben Fachmärkten auch solche Mieter, die sonst typischerweise in klassischen Shopping-Centern und Innenstadtlagen angesiedelt sind.

FACTORY-OUTLET-CENTER (FOC)

weisen in der Regel folgende charakteristische Merkmale auf:

- eine Agglomeration vieler Ladeneinheiten innerhalb eines gemeinsam geplanten Gebäudekomplexes oder einer räumlich zusammenhängenden Anlage
- mehrere Hersteller setzen ihre Markenartikel verbilligt ab
- es handelt sich bei diesen Artikeln meist um Auslaufmodelle, Zweite-Wahl-Produkte und Überschussproduktionen
- FOC sind meistens kleiner als klassische Shopping-Center, haben aber relativ viele Ladeneinheiten mit einem Angebot von Textilien, Sportartikeln, Schuhen und weiteren Branchen
- das Angebot wird in der Regel durch Gastronomieeinheiten ergänzt
- die einzelnen Shops haben in der Regel eine Größe zwischen 75 und 500 qm.



EHI-Branchensystematik „Shopping-Center“

EINZELHANDEL

ALLGEMEINER BEDARF

- Waren-/Kaufhaus
- Kleinpreiskaufhaus/Restposten
- SB-Warenhaus

LEBENSMITTEL

- Lebensmittelfachgeschäft
- Lebensmitteldiscounter
- Supermarkt
- Bäckerei
- Feinkost
- Fisch
- Getränkemarkt
- Kaffee
- Metzgerei
- Molkereiprodukte
- Obst/Gemüse
- Reformhaus/Bioladen
- Süßwaren
- Tee
- Wein/Spirituosen
- Kiosk

GESUNDHEIT & KÖRPERPFLEGE

- Apotheke
- Drogeriemarkt
- Friseurbedarf
- Hörgeräte
- Optiker
- Parfümerie/Kosmetik
- Rasierer
- Sanitätshaus
- Sonstiges

MODE & ACCESSOIRES: BEKLEIDUNG

- Bekleidungshaus
- Brautmode
- Designermode
- Junge Mode/Casual
- Kinder/Baby
- Krawatten
- Landhausmoden/Trachten
- Ledermode/Pelzmode
- Modeboutique

- Second Hand-Mode
- Sport
- Wäsche/Dessous/Strümpfe
- Sonstiges

MODE & ACCESSOIRES: ACCESSOIRES

- Lederwaren/Taschen
- Modeschmuck
- Schuhe
- Uhren/Schmuck
- Sonstiges

HAUS/EINRICHTUNG & GESCHENKE

- Badezimmereinrichtung
- Baumarkt/Gartencenter
- Betten/Matratzen
- Bodenbeläge/Tapeten
- Geschenkartikel
- Glaswaren/Porzellan
- Heimtextilien/Teppiche
- Küchen/Kücheneinrichtung
- Lampen/Leuchten
- Möbel
- Türen/Treppen
- Werkzeuge/Kleineisen
- Wohnaccessoires
- Sonstiges

TECHNIK & AUTO

- Autocenter
- Autoschilder/Schilder
- Computer
- Foto/Film
- Kfz-Zubehör
- Technikmarkt
- Telekommunikation
- Tonträger
- Sonstiges

HOBBY & FREIZEIT

- Angelsport/Jagd
- Bastelbedarf/Künstlerbedarf
- Bücher
- Campingartikel/Outdoor
- Computerspiele
- Erotik
- Fahrräder/Zweiräder
- Fanartikel
- Handarbeiten/Nähmaschinen
- Handarbeitswaren/Wolle /Stoffe
- Kunst/Rahmen
- Münzen/Briefmarken
- Musikinstrumente
- Spielwaren
- Zoogeschäft
- Sonstiges

PERSÖNLICHER BEDARF

- Berufsbekleidung
- Blumen
- Duty Free
- Lotto/Toto
- PBS
- Souvenir
- Sonstiges

SONSTIGE MIETER**GASTRONOMIE**

- Bistro/Imbiss
- Café
- Eis
- Kneipe/Bar
- Restaurant
- Saftbar/Salatbar
- Schnellrestaurant
- Sonstiges

DIENSTLEISTER

- Änderungsschneiderei
- Automat/Fotoautomat
- Bank/Sparkasse
- Fotoservice
- Friseur
- Geldautomat
- Internetcafé/Call Shop
- Kartenvorverkauf
- Kopien
- Kosmetik/Massage

- Nagelstudio
- Post
- Reinigung
- Reisebüro
- Schuh-/Schlüsseldienst
- Sonnenstudio
- Tattoo/Piercing
- Uhrmacher
- Videothek/DVD-Verleih
- Wettbüro
- Sonstiges

ENTERTAINMENT

- Ausstellung/Galerie
- Bibliothek
- Billard
- Bowling
- Disco/Tanzlokal
- Fitness-Studio
- Kabarett/Musical/Theater
- Kinderspieleland/-Betreuung
- Kino
- Museum
- Spielsalon
- Sportschule
- Sprachschule
- Tanzschule
- TV-/Radiostudio
- Wellness
- Lounge
- Sonstiges

PRAXEN/BÜROS

- Arztpraxen
- Autoservice
- Autovermietung
- Center-Information
- Fahrschule
- Kanzleien
- Krankenkasse
- Tankstelle
- Touristik-Information
- Verlag/Zeitung
- Sonstiges

Neueröffnungen 2022



Auf den nachfolgenden Seiten werden die vier neu eröffneten Shopping-Center des Jahres 2022 in Postleitzahl-Reihenfolge präsentiert.



Shopping-Center-Neueröffnungen 2022

	Center	PLZ	Ort	Bundesland	Mietfläche qm	Gesamtfläche qm
1	Tegel Quartier - Fußgängerzone Gorkistraße	13507	Berlin	BE	30.000	90.000
2	Agnes	73033	Göppingen	BW	25.000	28.000
3	Dreiländergalerie	79576	Weil am Rhein	BW	25.000	26.500
4	Perlach Plaza	81737	München	BY	13.000	15.000

Foto: Perlach Plaza, IPH, Urheber: Matthias Baumgartner, Bildrechte Concrete Capital GmbH

Verlag:

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55
50672 Köln, Deutschland
Tel. +49 221 57993-0
Fax +49 221 57993-45
www.ehi.org

Herausgeber:

EHI Retail Institute e.V.

Geschäftsführung:

Michael Gerling

Verlagsleitung:

Olaf Hohmann
Tel. +49 221 57993-699
hohmann@ehi.org

Autor:innen:

Christian Albrecht, CEV Handelsimmobilien
Marco Atzberger, EHI Retail Institute
Dirk Boldt, Edeka-MiHa Immobilien-Service
Susanne Gehle, Kaufland Dienstleistung
Moritz Graf zu Dohna, Ai-Parking
Christine Hager, Sonae Sierra Deutschland
Rüdiger Hampe, Völkel Real Estate
Lars Jähnichen, IPH Handelsimmobilien
Marcus Janko, ECE Marketplaces
Franka Jung-Larsen, Apleona Real Estate
Thorsten Kempken, Strom + Gut
Pia Klauck, Flughafen Düsseldorf
Lena Knopf, EHI Retail Institute
Eckhard Labrenz, Takko Fashion
Thomas Mark, MK Illumination
Dr. Peter Markert, imakomm Akademie
Paul Pörtner, Tom Tailor Retail
Christian Schneider, Rewe
Julia Steinmetz, Apleona Real Estate
Christoph Stoll, Jagdfeld Real Estate
André Stromeyer, HBB Centermanagement
Holger Wandrey, CEV Handelsimmobilien
Jörg Wege, MEC
Björn Wendland, Elgeti Brothers

Redaktionelle Bearbeitung:

Ulrike Lach

Partnermanagement und Vertrieb:

Maren Franken
Tel. +49 221 57993-43
franken@ehi.org

Layout:

EHI Retail Institute GmbH

Druck:

Limberg-Druck GmbH
Industriestraße 13
41564Kaarst

Preis:

500,00 EUR zzgl. MwSt.,
inkl. 12 Monate Nutzung des Onlineportals
www.shopping-center-report.de

ISBN 978-3-87257-581-4

Copyright © 2023

Alle Rechte, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung vorbehalten. Keine Teile des Werkes dürfen in irgendeiner Weise (Druck, Photokopie oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Haftungsausschluss:

Das EHI Retail Institute versucht mit größtmöglicher Sorgfalt, in dem vorliegenden Shopping-Center Report richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Das EHI Retail Institute übernimmt daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig aufgenommen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebotes verursacht werden.

Titelbild:

Forum Hanau, HBB

IHRE ANSPRECHPARTNER ZUM THEMA SHOPPING-CENTER

**Marco Atzberger**

Mitglied der Geschäftsleitung
EHI Retail Institute
Tel. +49 221 57993-32
atzberger@ehi.org

**Lena Knopf**

Projektleiterin
Forschungsbereich
Immobilien + Expansion
Leiterin Shopping-Center Report
EHI Retail Institute
Tel. +49 221 57993-712
knopf@ehi.org



EHI Retail Institute | Spichernstr. 55 | 50672 Köln
www.ehi.org