

# EHI Shopping-Center

## Report 2023

Marktentwicklungen, Planungen,  
Revitalisierungen sowie Factory-Outlet-Center



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 komplettene 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

# Inhalt

## EHI-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

- 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

### 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

- 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 NeißePark Görlitz: Energiesparen im NeißePark  
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 Fachmarktzentrums 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

**Nagelstudio**

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

**PERSÖNLICHER BEDARF**

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

**SONSTIGE MIETER****GASTRONOMIE**

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

**PRAXEN/BÜROS**

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

**DIENSTLEISTER**

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

# 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

**Verlag:**

EHI Retail Institute GmbH  
 Spichernstraße 55  
 50672 Köln, Deutschland  
 Tel. +49 221 57993-0  
 Fax +49 221 57993-45  
[www.ehi.org](http://www.ehi.org)

**Herausgeber:**

EHI Retail Institute e.V.

**Geschäftsleitung:**

Michael Gerling

**Verlagsleitung:**

Olaf Hohmann  
 Tel. +49 221 57993-699  
[hohmann@ehi.org](mailto: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, Vökel 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](mailto:franken@ehi.org)

**Layout:**

EHI Retail Institute GmbH

**Druck:**

Limberg-Druck GmbH  
 Industriestraße 13  
 41564 Kaarst

**Preis:**

500,00 EUR zzgl. MwSt.,  
 inkl. 12 Monate Nutzung des Onlineportals  
[www.shopping-center-report.de](http://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](mailto:atzberger@ehi.org)

**Lena Knopf**  
 Projektleiterin  
 Forschungsbereich  
 Immobilien + Expansion  
 Leiterin Shopping-Center Report  
 EHI Retail Institute  
 Tel. +49 221 57993-712  
[knopf@ehi.org](mailto:knopf@ehi.org)





EHI Retail Institute | Spichernstr. 55 | 50672 Köln  
[www.ehi.org](http://www.ehi.org)