

Düsseldorf, 4. Oktober 2010

## **Fast 200 deutsche Einkaufszentren müssten revitalisiert werden**

- **Sonae Sierra und GMA veröffentlichen Untersuchung „Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland“**
- **48 Prozent der Einkaufszentren in Deutschland bedürfen in den nächsten Jahren einer Revitalisierung**
- **Sonae Sierra erweitert Leistungsportfolio um Revitalisierungsservices für andere Eigentümer**

Sonae Sierra, internationaler Spezialist für Shoppingcenter und die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH haben heute auf der Immobilienfachmesse Expo Real in München die Ergebnisse ihrer gemeinsamen Untersuchung „Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland“ präsentiert.

Danach müssten in den nächsten Jahren 48 Prozent aller Einkaufszentren in Deutschland revitalisiert werden. Gemessen an der Gesamtzahl von 414 Centern in Deutschland (Bestand bis Ende 2009), betrifft dies 199 Objekte und eine Gesamtmietfläche von rund 5,2 Millionen Quadratmetern (GLA).

Würde das ganze Revitalisierungspotenzial umgesetzt, entspräche dies einem Investitionsvolumen von etwa 5,2 bis 7,8 Milliarden Euro. Sonae Sierra und GMA gehen aber davon aus, dass das tatsächliche Investitionsvolumen aufgrund nicht durchgeführter Revitalisierungen wesentlich geringer ausfällt und sich für die nächsten drei Jahre zwischen 2,5 und 3,5 Milliarden Euro bewegen wird. Experten raten, Einkaufszentren nach spätestens zehn Jahren zu revitalisieren, wenn das Objekt sich nachhaltig erfolgreich im Markt positionieren soll, die Bedürfnisse von Mietern und Kunden erfüllen und seinen Wert erhalten oder steigern soll.

Angesichts des hohen Bedarfs an Modernisierungen von Shoppingcentern in Deutschland - immerhin sind 70 Prozent der Center bereits vor dem Jahre 2000 entstanden - will Sonae Sierra sein Leistungsportfolio ausweiten und die Revitalisierung auch für Center anbieten, die sich im Eigentum Dritter befinden. Diese Entscheidung folgt der Strategie Sonae Sierras, Entwicklung, Management und Eigentum von Einkaufszentren zwar konsequent weiterhin für das eigene Portfolio zu entwickeln, aber zusätzlich auch Einzelleistungen für andere Eigentümer durchzuführen.

„Es gibt einen Investitionsstau bei Revitalisierungen von Einkaufszentren in Deutschland“, sagte Thomas Binder, Managing Director Sonae Sierra Developments in Germany. „Die Notwendigkeit für Modernisierungen ist riesig. Aber an der Umsetzung hapert es gewaltig. Geringes Bewusstsein, aber auch fehlende Finanzstärke, mangelndes Know-how oder ungünstige Eigentümerverhältnisse sind Gründe für nicht vollzogene Revitalisierungen. Sonae Sierra als internationaler Spezialist für Einkaufszentren hat die langjährige Erfahrung sowie die profunde und umfassende Branchenkenntnis, die Eigentümern die Sicherheit gibt, dass die geplante Neuausrichtung ihres Centers zum Erfolg führt. Mit unserer, auch in der internationalen Fachwelt anerkannten Expertise sind wir der optimale Partner für die Durchführung solcher Revitalisierungen.“

„Verschleppte Modernisierungen können viele negative Folgen haben. Nicht nur die Mieter, Kunden, lokale Einzelhändler und Anleger leiden unter Centern mit schlechter Performance, auch im wachsenden Konkurrenzkampf der Städte und Regionen ist ein Center ohne Anziehungskraft ein klarer Wettbewerbsnachteil. Der Einzelhandel muss sich schnell geänderten Konsumentenbedürfnissen anpassen, das gilt selbstverständlich auch für die Handelsimmobilienbranche. Mit rechtzeitigen Revitalisierungen bleiben Center ‚à jour‘ und sind wichtige Investitionen in die Zukunft“, sagte Raimund Ellrott, Mitglied des Management Boards der GMA.

## **Weitere Ergebnisse der Untersuchung**

### **Länder**

Gemessen an der Einwohnerzahl pro Center wurde der höchste Revitalisierungsbedarf in Ostdeutschland ermittelt. Hier sind besonders Center

betroffen, die Anfang bis Mitte der 90er Jahre errichtet wurden. Besonders dringend benötigen Shoppingcenter in den Ländern Sachsen (26 Center), Nordrhein-Westfalen (mit 23 Centern), Bayern (mit 21 Centern), Sachsen-Anhalt und Brandenburg (mit jeweils 19 Centern) sowie Niedersachsen (mit 17 Centern) eine Modernisierung. Niedrig ist der Bedarf dagegen im Saarland (kein Center), in Hessen und Thüringen sowie in den Stadtstaaten Bremen und Hamburg.

### **Ortsgröße**

Differenziert man nach Ortsgrößen, zeigt sich, dass mit 55 Prozent die meisten Einkaufszentren, die einen Bedarf an Revitalisierung aufweisen, in den Klein- und Mittelstädten liegen. Metropolen machen nur einen geringen Anteil von knapp 20 Prozent aus, und in Großstädten liegt der Bedarf bei fast 30 Prozent.

### **Mikrostandort**

Auch der Mikro-Standort der Shoppingcenter hat Einfluss: Der größte Anteil revitalisierungsbedürftiger Center befindet sich in Stadtteillagen (38,7 Prozent) und an Grüne-Wiese-Standorten (28,7 Prozent). Teilweise besser im Markt positioniert erweisen sich Innenstadt- und Innenstadtrandlagen, an denen aber ebenfalls 32,7 Prozent der Center potenziell in die Kategorie „revitalisierungsbedürftig“ fallen.

### **Centergröße**

Betrachtet man die jeweilige Centergröße fällt auf, dass vor allem kleine Anlagen (43,2 Prozent) und mittlere Anlagen (12,6 Prozent) revitalisierungsbedürftig sind. Deutlich besser im Markt positioniert scheinen große Centeranlagen und sehr große, überregionale Center, von denen nur etwa ein Viertel modernisierungsbedürftig (26,7 Prozent) sind.

### **Eigentümerstruktur**

Bei der Analyse der identifizierten Center nach Eigentümerstruktur überwiegen die Objekte, die sich im Besitz von ausländischen Investoren befinden (20,6 Prozent), von denen viele Finanzinvestoren sind, die die Entwicklung und den Betrieb von Einkaufszentren nicht zu ihrer Kernkompetenz zählen. Als nächstes folgen mit 19,1 Prozent die Objekte im Eigentum von geschlossenen Immobilienfonds. Vergleichsweise gering ist der Investitionsrückstau bei

Versicherungen, Pensionskassen, offenen Immobilienfonds, Immobilien-AGs und sonstigen institutionellen Investoren.

### **Centertyp**

Mit Blick auf den Centertyp, der sich als besonders revitalisierungsbedürftig erweist, sind es vor allem die multifunktionalen Center und die Fachmarktzentren, die in den nächsten Jahren zur Umstrukturierung anstehen. Unter den klassischen Shoppingcentern sind 37,8 Prozent als revitalisierungsbedürftig auszumachen.

### **Über Sonae Sierra**

*Sonae Sierra, [www.sonaesierra.com](http://www.sonaesierra.com), ist der internationale Spezialist für Einkaufszentren, der mit Leidenschaft Innovation und Spannung in die Einkaufs- und Freizeitcenterbranche bringt. Das Unternehmen ist Eigentümer von 51 Einkaufszentren in Portugal, Spanien, Italien, Deutschland, Griechenland, Rumänien und Brasilien mit einer vermietbaren Gesamtfläche (GLA) von mehr als zwei Millionen Quadratmetern. Sonae Sierra bietet zudem Services für Projektentwicklungen und Center im Besitz Dritter in Zypern, Serbien, Marokko und Kolumbien an. Aktuell hat Sonae Sierra drei weitere Projekte im Bau und sieben neue Projekte in verschiedenen Entwicklungsphasen in Portugal, Italien, Deutschland, Griechenland, Rumänien und Brasilien. Im Jahr 2009 verzeichneten die Einkaufszentren des Unternehmens mehr als 436 Millionen Besuche.*

### **Über GMA**

*Die 1972 gegründete GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, [www.gma.biz](http://www.gma.biz), ein führendes deutsches Unternehmen der Standort- und Immobilienberatung und 100 %ige Tochtergesellschaft des Wüstenrot & Württembergischen Konzerns, erbringt in über 900 Studien, Untersuchungen und Gutachten pro Jahr Standort- und Marktanalysen rund um Einzelhandel, Wohnen, Büro, Hotel, Gewerbe und Spezialimmobilien. Ein Tätigkeitsschwerpunkt der GMA sind Auswirkungsanalysen für den Einzelhandel sowie Einzelhandels- und Zentrenkonzepte für Kommunen und Regionen. Services wie Due Diligence und Finanzierungsentscheidungen, Machbar- und Tragfähigkeitsanalysen, Wertermittlungen (in Kooperationen) runden das gewerbliche Portfolio ab.*

### **Ansprechpartner**

Birgit Stallmann  
agentur05 GmbH  
Fon: +49 (0) 221-3550 377-41  
Fax: +49 (0) 221-3550 377-99  
[stallmann@agentur05.de](mailto:stallmann@agentur05.de)