

Düsseldorf, 4. Oktober 2011

Investmenttrend Revitalisierung

Sonae Sierra und GMA untersuchen über 100 Einkaufszentren in Deutschland auf Wettbewerbsfähigkeit und Revitalisierungspotential

- Neue Grundlagenstudie von Sonae Sierra und GMA „Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland“ mit Center Erfolgs-Check
- Über 100 Einkaufszentren anhand von 40 Kriterien auf Wettbewerbsfähigkeit und Revitalisierungspotential untersucht
- Viele Shoppingcenter in Deutschland ohne marktfähiges Konzept und ohne professionelles Centermanagement

Die Revitalisierung von Einkaufszentren in Deutschland ist ein milliardenschwerer Wachstumsmarkt, aber bis jetzt konnte nicht empirisch belegt werden, warum viele der bestehenden Center sich als Flop erweisen und andere nicht. Sonae Sierra, der internationale Spezialist für Shoppingcenter und die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH haben diese Lücke geschlossen und heute auf der Immobilienfachmesse Expo Real in München ihre jüngste Grundlagenstudie zum Thema „Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland“ vorgestellt. Über 100 der im Jahre 2010 als revitalisierungsbedürftig eingestuften Einkaufszentren wurden systematisch anhand von 40 Erfolgsfaktoren auf ihre Marktfähigkeit untersucht.

Zentrales Element der Studie ist der neu entwickelte Center Erfolgs-Check. Mithilfe dieses standardisierten Analysetools können zum ersten Mal alle bestehenden Einkaufszentren auf ihr künftiges Wertschöpfungs- und Entwicklungspotential hin untersucht werden. Auch die Erfolgsaussichten von geplanten und oftmals mit hohen Risiken verbundenen Modernisierungen können nun solide eingeschätzt werden.

Revitalisierungen werden nach Meinung von Experten innerhalb der nächsten zehn Jahre ein zentrales Wachstumsfeld der Einzelhandelsentwicklung sein. Mehr als 70 Prozent der Einkaufszentren in Deutschland (280 von derzeit etwa 420 Centern) sind über acht Jahre alt; bei mehr als 75 Prozent (320 von 420) liegt die Eröffnung sogar über zehn Jahre zurück. Nötig werden Revitalisierungen nach spätestens zehn Jahren.

„Wir haben festgestellt, dass bei fast allen Centern mit Revitalisierungsbedarf teils gravierende konzeptionelle Schwächen vorliegen“, sagte Thomas Binder, Geschäftsführer der Sierra Germany GmbH. „Außerdem werden viele der Problemobjekte ohne professionelles Centermanagement geführt. Auch angesichts der steigenden Bedeutung von Einkaufszentren für die Stadtentwicklung sind professionelles Know-how in Sachen Eigentum, Entwicklung und Management von Einkaufszentren ein unverzichtbares Muss. Sonae Sierra ist mit einem 49 Center umfassenden Portfolio einer der Key Player in der Shoppingcenterbranche und beweist täglich aufs Neue, dass nur durch einen bedingungslos hohen Anspruch an die Qualität von Einkaufszentren nachhaltige Werte für Investoren, Mieter und Kommunen geschaffen werden.“

„Es gibt heute kaum etwas, das sich schneller wandelt als Konsumentenbedürfnisse. Viele Centerbetreiber und -entwickler müssen schnellstens aufholen und sich das Prinzip Wandel noch mehr zu eigen machen. Es gibt nicht nur einen wachsenden Wettbewerb der Städte und Kommunen, sondern auch einen zunehmenden Verdrängungswettkampf zwischen einzelnen Einkaufszentren. Unsere Studie hat herausgefunden, dass sich etwa die Hälfte der untersuchten Center in Konkurrenz zu mindestens zwei Objekten ähnlichen Zuschnitts in der Nähe befindet. Hier müssen Eigentümer und Manager klare Positionierungen und attraktive Alleinstellungsmerkmale ausbilden, um im Wettbewerb erfolgreich zu bestehen“, sagte Raimund Ellrott, Mitglied des Management Boards der GMA.

Weitere Ergebnisse der Untersuchung

Kategorie Marktumfeld

Über die Hälfte der revitalisierungsbedürftigen Einkaufszentren kann nicht im Wettbewerb gegen weitere Center im Umfeld bestehen, da sie sich nicht mit einem schlagkräftigen Konzept positionieren. Die meisten Center verfügen zwar über ein adäquates Einzugsgebiet, dennoch bleibt ein hoher Anteil an Objekten, die die kritische Mindestgröße des Einzugsgebietes mit einem Radius von 20 Kilometern nicht erreichen.

Standort

Ein großer Teil der betrachteten Center kämpft mit einer aus Einzelhandelssicht ungünstigen oder gar schlechten Lage. Viele können nicht von Synergieeffekten zu dem übrigen Bestandseinzelhandel profitieren. Standortentscheidungen sind konstitutive Entscheidungen, die in der Regel nur bedingt und dann mit sehr hohem Mittelaufwand wieder korrigiert werden

können.

Kategorie 3: Objekt

Die Mehrzahl der kleinen und mittelgroßen Einkaufszentren folgt nicht marktgängigen Centerkonzepten. Mängel am baulich-funktionalen Konzept gehen einher mit Durchflutungsproblemen und entsprechenden Leerständen. Bei über der Hälfte der betrachteten Center überzeugt außerdem die Auswahl der Ankermieter nicht. Auch die mangelnde Breite und Tiefe des Sortiments lassen viele Kundenwünsche offen. Oftmals verfügen die Center außerdem nicht über die kritische Mindestgröße und die empfohlene Mindestanzahl an Mieteinheiten. Der Branchen- und Mietermix ist bei den meisten der ausgewählten Center nicht komplett und nur als befriedigend und sogar schlechter zu bewerten. Nicht einmal zehn der untersuchten Center erfüllen die Erwartungen der Kunden an einen breiten und tiefen Mietermix in einem Shoppingcenter.

Kategorie 4: Management

Erstaunliches Ergebnis der Untersuchung ist, dass eine erhebliche Anzahl der revitalisierungsbedürftigen Center entweder ganz ohne (43 Prozent) oder mit einem unzureichend professionellen Centermanagement geführt werden.

Über Sonae Sierra

Sonae Sierra, www.sonaesierra.com, ist der internationale Spezialist für Einkaufszentren, der mit Leidenschaft Innovation und Spannung in die Einkaufszentrumbranche bringt. Das Unternehmen ist Eigentümer von 49 Einkaufszentren in Portugal, Spanien, Italien, Deutschland, Griechenland, Rumänien und Brasilien. Sonae Sierra bietet zudem Services für andere Eigentümer in Zypern, Serbien, Marokko und Kolumbien an. Aktuell hat Sonae Sierra fünf weitere Projekte im Bau und sechs neue Projekte in verschiedenen Entwicklungsphasen in Portugal, Italien, Deutschland, Griechenland, Rumänien und Brasilien. Über 2,2 Millionen Quadratmeter vermietbare Gesamtfläche (GLA) mit mehr als 8.500 Mietern stehen unter dem Management von Sonae Sierra. Im Jahr 2010 verzeichneten die Einkaufszentren des Unternehmens mehr als 442 Millionen Besuche.

Über GMA

Die 1972 gegründete GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, 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
stallmann@agentur05.de