

## HYBRIDE MALLS

## „Immer mehr Mieter fahren zweigleisig“

Fachmarktzentren zu Einkaufszentren aufzuwerten, daran arbeiten landauf, landab die Vermieter. Uwe Hillemeier, auf Fachmärkte spezialisierter Makler, erklärt, dass mit solchen Projekten nicht immer eine Steigerung des Mietertrags verbunden ist. Manchmal ist schon damit etwas gewonnen, dass durch neue Mieter die Attraktivität des Centers steigt und damit auch der Umsatz.

*Immobilien Zeitung: Shoppingcenter, die Elemente aus Fachmarktzentren und Einkaufszentren verbinden, heißen ja seit neuestem hybride Mall. Wo findet man diesen Typ?*

**Hillemeier:** Idealerweise werden diese Centertypen in Mittelstädten forciert, die zu klein für ein klassisches Shoppingcenter sind. An vielen Standorten wird jedoch dieser Centertypus auch für Bestandsobjekte angestrebt. Aus leer stehenden Objekten wird im Zuge der Revitalisierung eine Hybrid-Mall. Leider scheitern diese Versuche oft sehr früh am mangelnden Baurecht, da die Ansiedlung innenstadtrelevanter Sortimente an Grüne-Wiese-Standorten schwierig ist.

*IZ: Eine typische hybride Mall?*

**Hillemeier:** Das Bero-Einkaufszentrum in Oberhausen. Baujahr 1971, 1.600 Parkplätze. Die Mieter – Kaufland, Intersport, Bonprix – sind typisch Fachmarkt, aber es gibt eine Mall, an die die Geschäfte angebunden sind. Das Center hat in puncto Möblierung und Lichtdesign nicht die Wertigkeit eines ECE-Centers. Die Mall ist nicht klimatisiert.

*IZ: Wie unterscheiden sich die Mieten zwischen einer hybriden Mall und einem Einkaufszentrum?*

**Hillemeier:** In einem Fachmarktzentrum bezahlt z.B. ein Schuhhändler 8 Euro bis 12 Euro/m<sup>2</sup> netto kalt plus 2,50 Euro nicht verbrauchsabhängige Nebenkosten. Als Vermieter eines Einkaufszentrums braucht man wegen des deutlich größeren Anteils von Nicht-Verkaufsflächen (Mall etc.) eine Grundmiete von 14 Euro bis 18 Euro/m<sup>2</sup>, dazu locker 7 Euro Nebenkosten für Centermanagement, Facility-Management und Werbekosten. In einem hochwertigen innerstädtischen Center übersteigt die Miete eines Schuhhändlers leicht 20 Euro/m<sup>2</sup>, und in Top-Centern sind es auch deutlich mehr.

*IZ: Das Äppelallee-Center in Wiesbaden wird gerne herangezogen, um zu zeigen, wie man aus einem Fachmarktzentrum eine hybride Mall macht. Was schätzen Sie: Wieviel mehr Miete spielt die Immobilie seit ihrem Umbau ein?*

**Hillemeier:** Ich kenne die Zahlen des Äppelallee-Centers nicht. Eine hybride Mall muss zwangsläufig mehr Miete einspielen als ein Fachmarktzentrum, denn sie ist teurer im Bau. Manchmal ist aber auch schon damit etwas gewonnen, dass die Miete konstant bleibt, um den Standort für die nächsten Jahre zu halten. Es gibt Fälle, in denen der Mietertrag sinkt, da die Alternative Leerstand wäre. Im Äppelallee-Center wurde auf jeden Fall durch den Umbau die Mieteranzahl und der Branchenmix deutlich gesteigert. Das führt zu einer langfristigen Umsatz- und Mietertragssteigerung des Objekts.



Fachmarktmietler (Kaufland, Komet), aber Formen wie bei einem Einkaufszentrum: City Carré in Salzgitter. Der Entwurf stammt von Bernhard Reiser (Mesa Development), der schon häufig mit und für Kaufland gebaut hat. Bild: Hillemeier Immobilien

### Baby Walz bringt auch real neue Kunden

*IZ: Neue Mieter gleich neue Attraktivität, das ist die Gleichung?*

**Hillemeier:** Richtig. Eine verbreiterte Mieterstruktur kann den Gesamtumsatz eines Centers erhöhen. Ein SB-Warenhaus mit 10.000 m<sup>2</sup> bis 20.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche macht weniger Umsatz als eines mit 5.000 m<sup>2</sup> bis 8.000 m<sup>2</sup> plus 12.000 m<sup>2</sup> bis 15.000 m<sup>2</sup> zusätzliche Mieter. Nehmen wir Wiesbaden. Nach dem Umbau hat sich im Äppelallee-Center Baby Walz eingemietet. Die haben ein Einzugsgebiet von 25 Kilometer. Das würde real nie schaffen! Der Zugewinn an Frequenz führt auch real neue Kunden zu. Nicht der eine Mieter, sondern eine gewisse Vielfalt bringt den Effekt.

*IZ: Wie sieht die perfekte Mieterstruktur in einer hybriden Mall aus?*

**Hillemeier:** Ein Unterhaltungselektroniker, ein Lebensmittel, entweder SB-Warenhaus oder Vollsortiment. Ein Schuhfachmarkt, ein Drogeriemarkt, d.h. Rossmann, dm oder Schlecker. Müller, das hat sich herausgestellt, ist für einen Fachmarkt oft noch zu hochwertig.

*IZ: Und Douglas?*

**Hillemeier:** Kann ich mir nicht vorstellen. Ich kenne eigentlich nur eine Parfümerie, die in einem klassischen Fachmarktzentrum funktioniert: Aurel-Parfümerie in Linden. 260 m<sup>2</sup>. Läuft bombig.

*IZ: Wie unterscheidet sich das Fachmarktpublikum von dem eines Einkaufszentrums?*

### „Im Fachmarkt trifft man nicht den flanierenden Kunden“

**Hillemeier:** Im Fachmarktzentrum trifft man nicht den flanierenden Kunden, sondern den konsumierenden Zielkäufer, d.h. Leute, die bei Takko für 20 Euro drei T-Shirts kaufen wollen. Im Einkaufszentrum spielen Impuls- und Spontankäufe eine größere Rolle. Im Alexa in Berlin nehme ich für 50 Euro schon mal aus Versehen ein paar Schuhe mit. Das würde mir in einem Fachmarktzentrum eher nicht passieren.

*IZ: Welche Mieter findet man auf der grünen Wiese, die früher dort nicht vertreten waren?*

**Hillemeier:** Bonita, C&A, Buddelei. Auch Depot hätte sich vor fünf Jahren wohl nicht neben Takko gesetzt. Friseur Klier, Mc Paper, Bonita oder Buddelei im Fachmarkt? Früher no way. Baby Walz war früher auch nur in Fußgängerzonen. Jeans Fritz ging lange nur in Fußgängerzonen oder Shoppingcenter und betreibt heute einige der erfolgreichsten Filialen in Fachmarktzentren.

*IZ: Selbst TK Maxx trifft man vor der Stadt.*

**Hillemeier:** Nicht dass ich wüsste, außer in Kiel-Raisdorf. Mit über 140.000 m<sup>2</sup> Gesamtfläche ist es das größte Fachmarktzentrum in Deutschland. Die Anmietung eines „normalen“ Fachmarkts entspricht leider noch nicht der Philosophie von TK Maxx. Die suchen ein urbanes Umfeld.

*IZ: Im viel kleineren Fachmarktzentrum Erding ist TK Maxx drin.*

**Hillemeier:** Erding ist zwar nicht sehr groß, hat aber die erstklassige Lage an der A9 unmittelbar vor München und eine ex-

trem hohe Kaufkraft vor der Tür. Wer dort eine Fläche bekommt, kann eigentlich nichts falsch machen.

*IZ: Was bedeuten die hybriden Malls für die Innenstädte?*

**Hillemeier:** Dass mehr und mehr Innenstadt-Mieter zweigleisig fahren. Wir arbeiten permanent daran, Innenstadt-Filialisten von Fachmarktzentren zu überzeugen.

*IZ: Braucht eine hybride Mall einen Anker?*

**Hillemeier:** Jedes Center braucht einen Anker. Kein Center funktioniert mit zehn mal 500 m<sup>2</sup>. Eine hybride Mall braucht mindestens 3.000 m<sup>2</sup> Lebensmittel und einen weiteren Anker mit 2.000 m<sup>2</sup>. Um einen guten Branchenmix hinzubekommen, ist in der Regel nochmal das Eineinhalbfache nötig. 12.500 m<sup>2</sup> sind die kleinste sinnvolle Centergröße, in die ich eine Mall schneiden kann, also auch die Mindestgröße für eine hybride Mall.

*IZ: Herr Hillemeier, wir danken Ihnen für das Gespräch.*

Das Interview führte Christoph v. Schwanenflug.

## TEXTIL

### Der Name Wehmeyer verschwindet vom Markt

Der börsennotierte Textilfilialist Adler übernimmt das Filialnetz, die Waren und die 285 Mitarbeiter der insolventen Textilkette Wehmeyer Lifestyle. Das teilt der Insolvenzverwalter von Wehmeyer Lifestyle mit. Wehmeyer war 2008 zahlungsunfähig geworden. Der Textilunternehmer Rajive Ranjan hatte die Firma aus der Insolvenz heraus mit großen Ambitionen gekauft. Im Juni dieses Jahres war erneut kein Geld mehr da. Mit der Umbenennung der restlichen 18 Läden in Adler Modemärkte am 30. September 2011 verschwindet der Name des 1950 gegründeten Modehauses Wehmeyer aus dem deutschen Einzelhandel.

## LEBENSMITTEL

### Rewe schließt angeblich 140 Penny-Märkte

Der Rewe-Konzern will im kommenden Jahr bis zu 140 verlustbringende Penny-Märkte schließen oder abgeben. 600 Märkte der Rewe-Discounttochter sollen modernisiert werden. Das meldet die Lebensmittel Zeitung. Ein Rewe-Sprecher zu dem Bericht: „Die Zahlen entsprechen nicht der Realität.“

## TEXTIL

### H&M eröffnet mehr Läden, als es schließt

H&M hat in den ersten neun Monaten (Dezember 2010 bis August 2011) des Geschäftsjahres elf Läden in Deutschland eröffnet und zwei geschlossen. Das Filialnetz umfasste zum 31. August 386 Geschäfte (inklusive Monki, Weekday und COS). „China, Großbritannien, USA und Deutschland werden 2011 die wichtigsten Expansionsgebiete für H&M sein“, heißt es. Deutschland ist der umsatzstärkste Markt des Konzerns.