



Fotos (3): DI-Gruppe

DI-Gruppe

## Zeitzeichen Transformation – Warum? Wie? Wer?

Transformation ist der Übergang eines überlebten Zustands in einen neuen Zielzustand. Für Handelsimmobilien heißt das: Strategie-Shift, Kosten-Nutzen-Abwägung, breites Assetklassen-Know-how.

Bis dato waren Shopping-Center stark kommerziell ausgerichtet. Ein möglichst breites Warenangebot sollte möglichst viele Besucher binden und für möglichst hohe Mieteinnahmen sorgen. Wesentliche Bedeutung in diesem traditionellen Gefüge hatten Textilhändler. Mit einem durchschnittlichen Flächenanteil von 50-60 Prozent war ihr Beitrag an den Mieteinnahmen besonders groß und ihr Ein-

fluss auf die Gesamtpositionierung besonders stark. Dieser Mix wurde mit fortschreitender Digitalisierung immer mehr zum kritischen Faktor. Sinkende Besucherfrequenzen und Mieteranfragen deuteten auf einen schrumpfenden Markt hin, der sich nun spätestens seit dem Lockdown als strukturelle Krise offenbart. Laut Experten werden bis 2025 die Handelsflächen im Non-Food-Bereich um bis zu 30 Prozent zurückgehen. Für die Shopping-Center bedeutet dies einen massiven Einschnitt und erfordert eine gewaltige substanzielle Transformationsleistung, die nicht nur eine Ausdifferenzierung der bisherigen Marktpositionierung erfordert, sondern auch die Prüfung des eigentlichen Nutzungszwecks.

**ABKEHR VOM MASSENMARKT** Denn nur eine kleine Anzahl gut etablierter Premium-Center wird ihren bisherigen Angebots-Mix auch zukünftig hal-



**Benedikt Jagdfeld**  
Inhaber und Geschäftsführer  
DI Gruppe | DI Management GmbH

**Bild linke Seite:** Plaza Frankfurter Allee Berlin  
Kreative Umnutzung: aus Hotel wird Universität  
**Bild rechts:** Teck-Center, Kirchheim unter Teck  
Nahversorger Netto ersetzt Textiler  
**Bild unten:** City Center Bergedorf, Quartier  
seit 1973, Shopping/Büro/Wohnen/Ärzte



ten können, wenn auch nur mit deutlich mehr Entertainment-Aufwand, um die notwendige Magnetwirkung zu behalten. Daneben sehen viele Center eine mögliche Lösung in der Erweiterung ihres Nahversorgungsangebotes. Dafür nehmen sie zwar Abstriche in der Flächenproduktivität in Kauf, können aber mit einem relativ stabilen Cash-Flow kalkulieren. Allerdings hängt hier der Erfolg sehr stark von externen Standortfaktoren wie dem Wettbewerbsumfeld oder dem Marktpotenzial ab und beschränkt somit die Anzahl möglicher Marktteilnehmer.

Ein weiterer Ansatz ist die Einbindung passender Nutzungskonzepte anderer Asset-Klassen. Damit sollen Mietausfälle reduziert und vorhandene Retail-Frequenzen stabil gehalten werden. Auch wenn die Idee nicht neu ist, erfährt sie unter dem Schlagwort „Mixed-Use“ derzeit große Aufmerksamkeit und ist Thema auf sämtlichen Immobilien-Fachtagungen. In erster Linie beschreibt sie die Möglichkeiten der Nutzungsmischung auf kleinstem Raum, steht aber vor allem für die Hoffnung auf eine zukunftsfähige Alternative am Immobilienmarkt. Präferierte Nutzungspartner aus Sicht des Handels sind u.a. Arztpraxen, Hotels, Wohnungen oder Bildungseinrichtungen.

**MIXED-USE BRAUCHT ERFAHRUNG** Allerdings ist das Investitionsvolumen bei Mischkonzepten in der Regel verhältnismäßig hoch. Jede zusätzliche Nutzungsmöglichkeit steigert die Kosten. Die Vielfalt erfordert zudem ein intensives Management,

und die verschiedenen Zielgruppen verlangen nach einer individuellen Ansprache und Betreuung. Hier sind vor allem Immobiliendienstleister im Vorteil, die bereits über ausreichend Expertise und Netzwerke in den jeweiligen Märkten der einzelnen Asset-Klasse verfügen. Das wird besonders dann relevant, wenn die Hauptfrequenz aus dem Retail-Bereich kippt und eine vollständige Überarbeitung des Nutzungskonzeptes erforderlich wird.

Ein gutes Beispiel liefert die DI-Gruppe mit dem Umbau des Berliner Büro-, Einzelhandels- und Geschäftshauses Plaza Frankfurter Allee, das sie von der Projektentwicklung bis hin zum Leasing und dem laufenden Management vollständig begleitet hat. Nur 13 Monate nach Vertragsunterschrift zog in die Räume des früheren Arcadia-Hotels Ende 2020 die Privat-Uni IUBH Internationale Hochschule als neuer Ankermieter ein. Auf über 6.000 qm wurden im Zuge umfangreicher Umbauarbeiten neue Lehr- und Seminarräume errichtet. Dafür wurde nicht nur der Flächengrundriss vollständig überarbeitet, sondern auch der Mix an Gastronomen und Dienstleistern optimiert, um eine hohe Standortzufriedenheit der neuen Zielgruppen (Studenten und Uni-Mitarbeiter) zu gewährleisten.

*Benedikt Jagdfeld*