



Real estate.
Real joy.



Erfolgsmodell Revitalisierung City-Galerie Aschaffenburg

Herzlich Willkommen!



Hintergrund

- Die City-Galerie Aschaffenburg ist ein Mixed-Use-Objekt aus Shoppingcenter und Bürogebäude in der Innenstadt des bayerischen Oberzentrums und Universitätsstandortes Aschaffenburg.
- Es wurde 1974 als europaweit größtes Einkaufszentrum einer Mittelstadt mit 72.295 Einwohnern und einem Einzugsgebiet von weiteren 400.000 Menschen eröffnet.
- Im Laufe der Jahre wurde die City Galerie mehrmals umgebaut und erweitert.
- Aktuell umfasst das größte Shoppingcenter Nordbayerns rund 57.000 m² gewerbliche Nutzfläche, davon mehr als 46.600 m² Handelsfläche auf zwei Mall-Ebenen und vier Geschossen.
- Den Besuchern stehen 70 Shops und 1.700 Parkplätze auf elf Etagen zur Verfügung.
- Der dazugehörige Büroturm des Objektes umfasst auf 8 Etagen (Ebene 4-11) eine Fläche von 4.168 m² mit gewerblichen und städtischen Mietern.
- Der Eigentümer des Projektes, die Principal Real Estate Europe, beauftragte die DI-Gruppe im Jahr 2018 mit dessen Management und umfangreicher Revitalisierung.



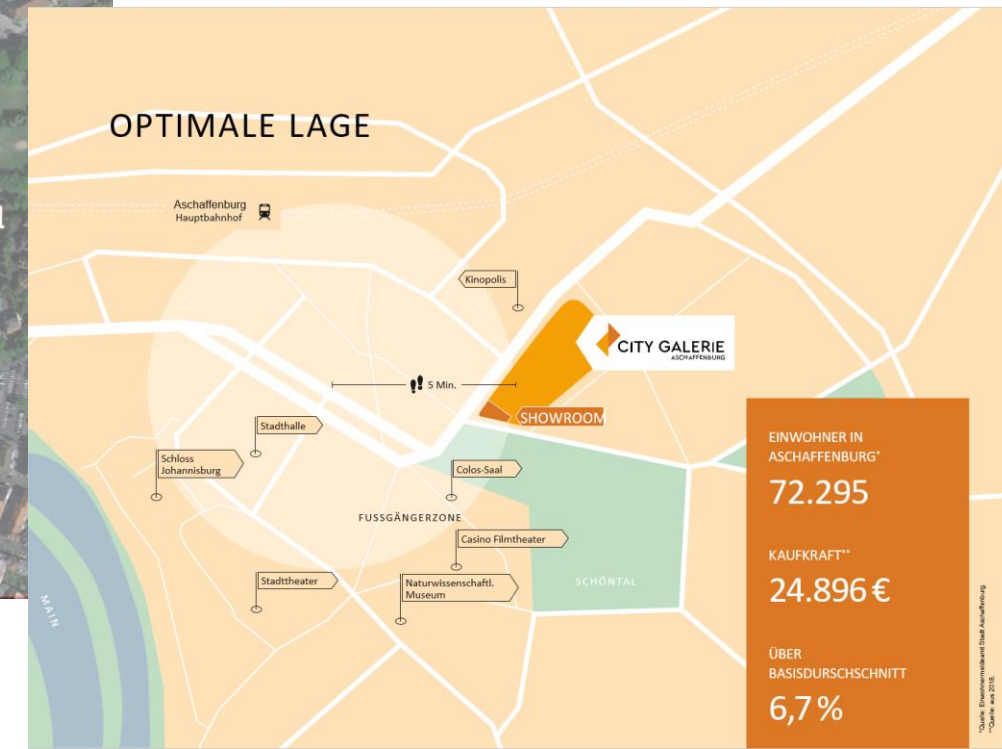
Hintergrund



Die City-Galerie grenzt an den Park Schöntal und die innerstädtische Fußgängerzone der Stadt. Der lokale Ausdruck „Man geht in die City“ wird oft mit der Center assoziiert.



Park Schöntal
Grüne Lunge der Stadt



Kurzanalyse vor Revitalisierung

Real estate.
Real joy.

DI⁴



Branding

Verbesserung des Brandings der Mall für einen starken Markenauftritt



Eingänge

Jeder Eingang sollte beschriftet und klar erkennbar sein



Mall Signage

Beschilderung verbessern und vereinheitlichen



Mieterwerbung

Entwicklung einheitlicher Vorgaben für die Mieterwerbung



Farben | Materialien

Kühle, und nicht einladende Atmosphäre, Fehlen von warmen Farben und Materialien



Aufenthaltsqualität

Möblierung, die genau zum Interior-Konzept der Mall passt

Kurzanalyse vor Revitalisierung

Real estate.
Real joy.

DI⁴



Keine einladenden Sitzmöglichkeiten



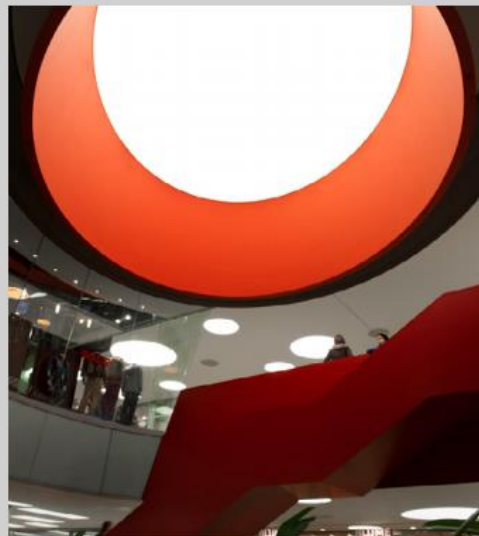
Keine Möglichkeit zum Verweilen

Mall Interior

- Keine Aufenthaltsqualität
- Atmosphäre lädt nicht zum Verweilen ein
- Kein Impuls zum Shoppen



Keine einladende Atmosphäre



Kein Interior-Konzept



Keine Highlights

Zielsetzung Revitalisierung

- **Aktualisierung und Refurbishment** des Objektes: der letzte größere Umbau fand 2008/09 statt, in dem u.a. die Eingangsbereiche überarbeitet und der neue Foodcourt entwickelt wurden; seit dem sind 10 Jahre ohne nennenswerte Aktivitäten vergangen.
- **Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit** eines der wichtigsten Shopping-, Dienstleistungs- und Gastronomie-Standorte sowie zentralen sozialen Treffpunkt der Stadt Aschaffenburg, der ein Viertel der Einzelhandelsfläche der Stadt stellt.
- **Relevante Positionierung** entwickeln: „Genussvoll shoppen“
- **Steigerung der Aufenthaltsqualität** und dauerhafte Erhöhung der Qualität der Immobilie mit der Folge der Frequenzsicherung und Umsatzstabilisierung bei Mietern und Eigentümer.

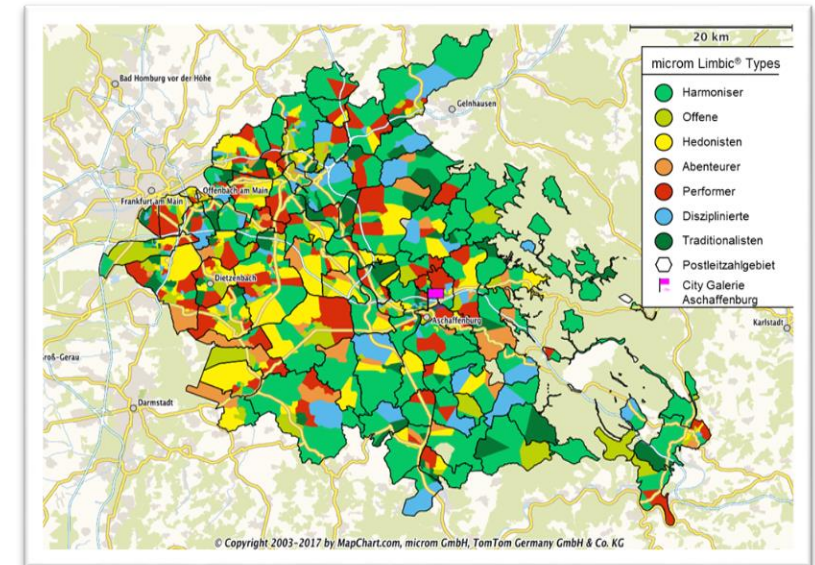


Umsetzung Revitalisierung

Real estate.
Real joy.



- LIMBIC[®]-Analyse zur Zielgruppendefinition und Ableitung der Konsumentenbedürfnisse für die Zielgruppen „Harmoniser“ und „Traditionalisten“: z.B. Familie, Geborgenheit, Harmonie sowie Natürlichkeit und Genuss
- Analyse der Customer Journey mit den wichtigsten Touchpoints und Ableitung zahlreicher operativer baulicher und marketingseitiger Maßnahmen
- Erarbeitung einer neuen inhaltlichen Positionierung und einem neuen Corporate Design, das sich auch in der Mall wiederfindet
- Neugestaltung aller Eingänge: größer, freundlicher, einladender
- Gestalterische Überarbeitung des Mall-Foodcourts
- Neue Möblierung der kompletten Mall, neues Signage-System
- Austausch von 50 Prozent der Fußböden im neuen CD
- Austausch aller Decken: großzügigere hellere Optik, Rückbau aller technischen Altlasten unter der alten Decke
- Neues energiesparendes Beleuchtungskonzept in LED-Technik



Umsetzung Revitalisierungs-Konzept

Real estate.
Real joy.

DI⁺

- „Lebensfreude – Shoppen am Park“ - „Genussvoll shoppen.“
- Der Park Schöntal grenzt an die City Galerie und ist direkt mit dieser verbunden. Das neue Konzept integriert die Themen „Park“ durch natürliche Materialien wie Holz und Naturelemente wie Pflanzenaccessoires sowie einladende farbige Flächen als Ausdruck von „Genuss“ und „Lebensfreude“
- Schaffung eines attraktiven und zeitgenössischen Malldesigns
- Integration von Sitzgelegenheiten, die zum Verweilen einladen, mit integrierten Ladestationen
- Mehr Services: Freies W-LAN, digitale Packstationen, digitales Mall-Informationssystem mit Zusatznutzen, elektronische Geschenkkarte, Fahrrad- und E-Car-Ladestationen
- Emotionaler gestalteter Foodcourt



Umsetzung: Parkangebot



Real estate.
Real joy.



Um dem wachsenden Thema Klimaschutz und dem steigenden Bedürfnis nach E-Mobilität auch in der naturumgebenen City-Galerie gerecht zu werden, wurden moderne E-Bike-Ladestationen errichtet. Weitere Pkw-Ladestationen folgen.



Umsetzung: Haupteingang



Real estate.
Real joy.



Die fehlende Fernwirkung des stärksten Eingangs „Park Schöntal“ wurde durch ein großzügiges Portal mit einladenden Farben und Materialien optimiert



Umsetzung: Nebeneingang 1



Real estate.
Real joy.



Das fehlende Branding und die unklare unscheinbare Eingangssituation in der Ernsthofstraße wurden verbessert



Umsetzung: Nebeneingang 2



Real estate.
Real joy.



Die schwache Erkennbarkeit und Beschilderung des Eingangs Goldbacher Straße sowie die Hierarchie von Mieter- und Mall-Logo wurden optimiert.



Umsetzung: Aufenthalt Mall



Real estate.
Real joy.



Der hell aber nüchtern wirkende Lichthof der Mall wurde über neue Leuchten, Sitzinseln, Fußböden, Decken und Deko-Elemente emotional aufgewertet.



Umsetzung: Aufenthalt Mall



Real estate.
Real joy.



Der hell aber nüchtern wirkende Lichthof der Mall wurde über neue Leuchten, Sitzinseln, Fußböden, Decken und Deko-Elemente emotional aufgewertet.



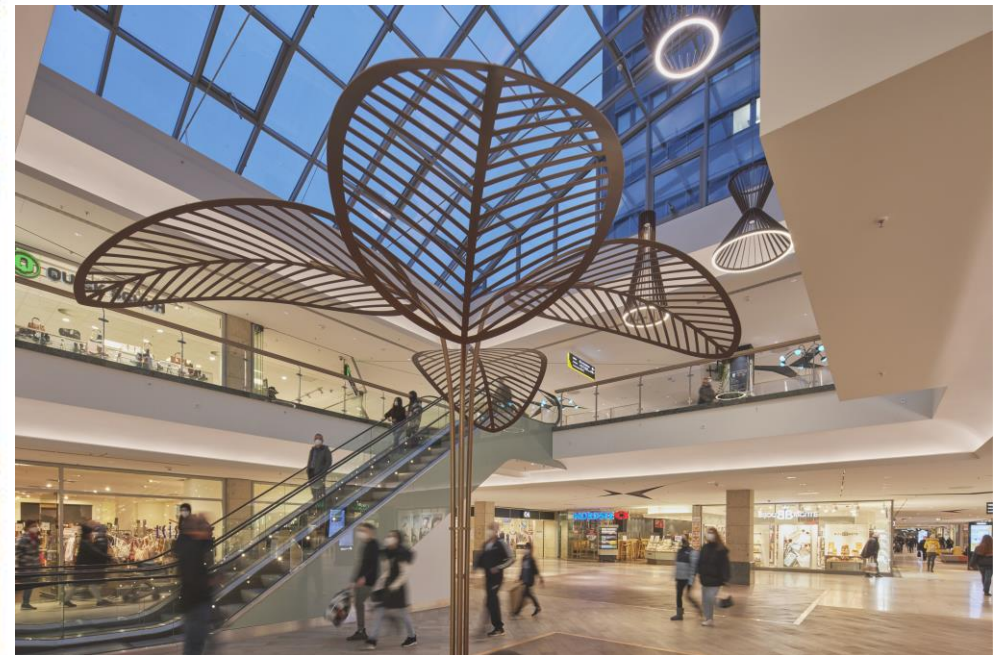
Umsetzung: Aufenthalt Mall



Real estate.
Real joy.



Der hell aber nüchtern wirkende Lichthof der Mall wurde über neue Leuchten, Sitzinseln, Fußböden, Decken und Deko-Elemente emotional aufgewertet.



Umsetzung: Aufenthalt Mall



Real estate.
Real joy.



Böden, Decken und Mobiliar wurden komplett in einem neuen, wärmeren Design-Konzept umgesetzt.



Umsetzung: Aufenthalt Mall



Real estate.
Real joy.



Böden, Decken und Mobiliar wurden komplett in einem neuen, wärmeren Design-Konzept umgesetzt.



Umsetzung: Aufenthalt Mall



Real estate.
Real joy.



Die grau-kühle Farbwelt wurde komplett in eine leuchtend-warme Anmutung getaucht.



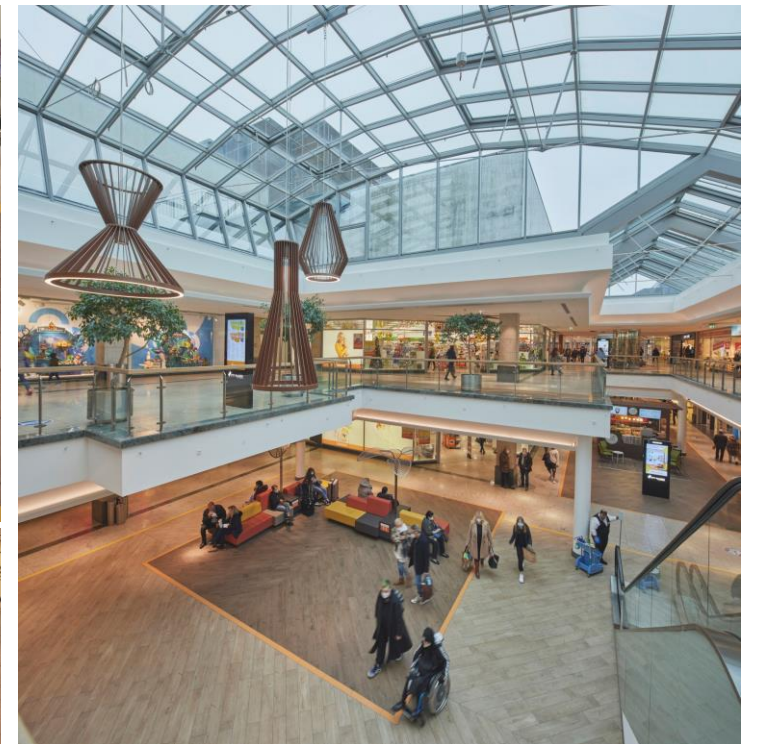
Umsetzung: Aufenthalt Mall



Real estate.
Real joy.



Die grauen Böden wurden komplett überarbeitet und dem neuen Corporate Design angepasst.



Umsetzung: Aufenthalt Mall



Real estate.
Real joy.



Die grauen Böden wurden komplett überarbeitet und dem neuen Corporate Design angepasst.



Umsetzung: Aufenthalt Mall



Real estate.
Real joy.



Die wenig einladende und nicht ins Gestaltungskonzept passende Möblierung wurde komplett ersetzt durch farbenfrohe Lounge-Ecken mit integrierten Steckdosen.



Umsetzung: Aufenthalt Mall



Real estate.
Real joy.



Der nüchtern und kleinteilig wirkende Aufzugsvorraum wurde durch großzügige, warme Materialien aufgewertet



Umsetzung: Aufenthalt Mall



Real estate.
Real joy.



Die Zugänge aus dem Parkhaus in die Mall wurden emotionalisiert und an das Corporate Design der Mall angepasst.



Umsetzung: Aufenthalt Mall



Real estate.
Real joy.



Die Zugänge aus dem Parkhaus in die Mall wurden emotionalisiert und an das Corporate Design der Mall angepasst.



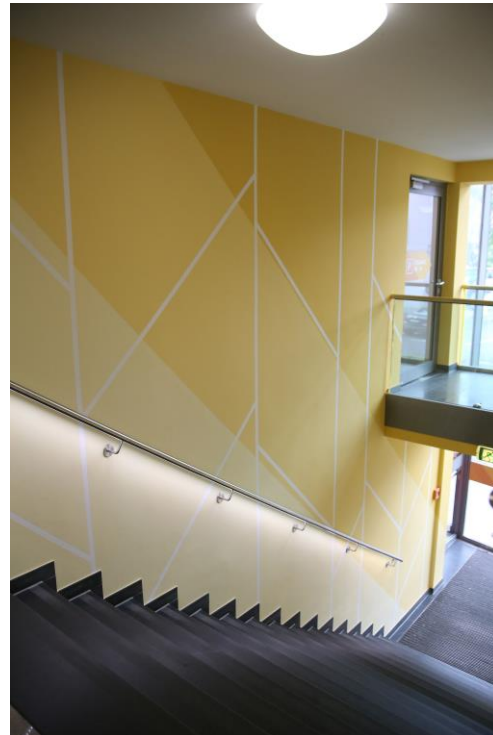
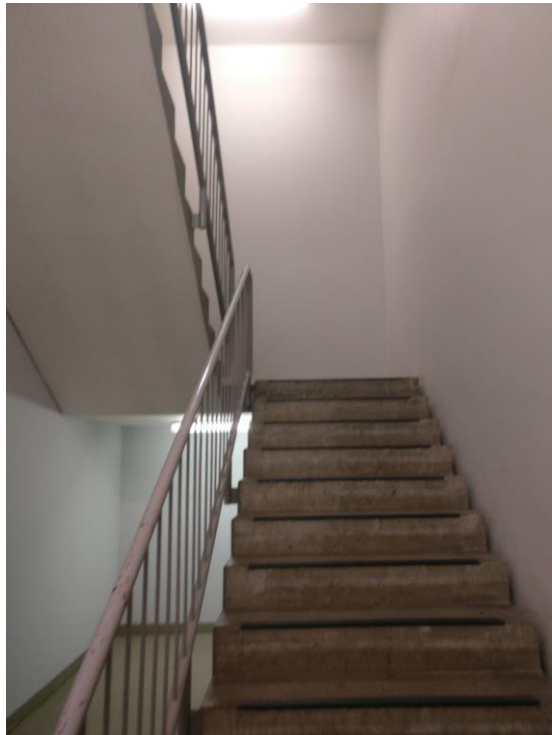
Umsetzung: Aufenthalt Mall



Real estate.
Real joy.



Komplette einladende, emotionale und zum CD passende Überarbeitung der Treppenhäuser



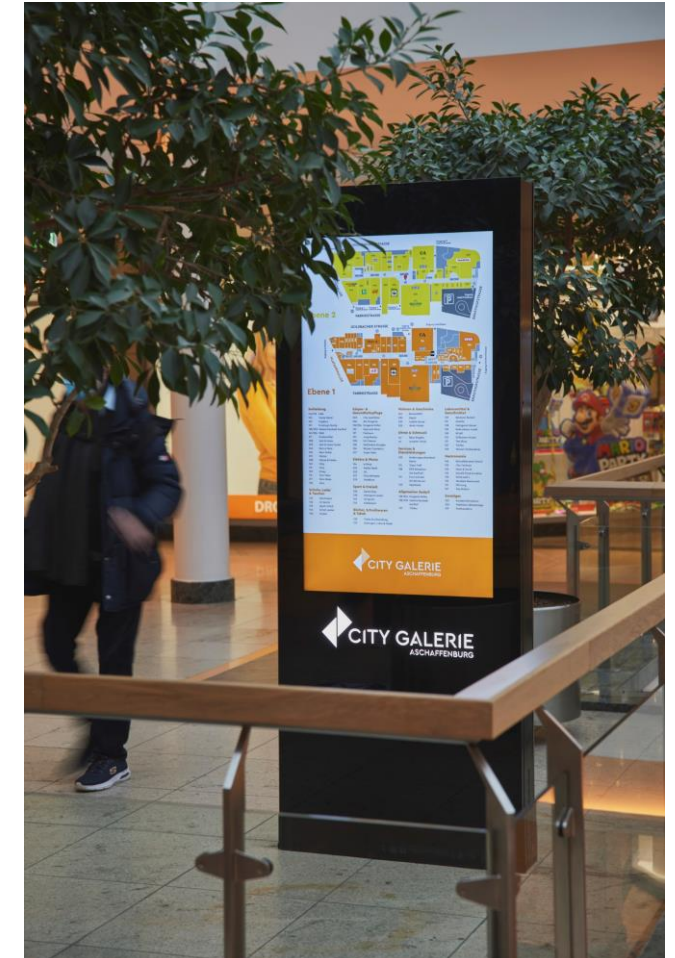
Umsetzung: Mallorientierung



Real estate.
Real joy.



- Die in die Jahre gekommenen Papier-Lagepläne wurden durch digitale Devices ersetzt:
 - 1 doppelseitige Stele,
 - 2 einseitige Stelen,
 - 2 Doppel-Wanddisplays
 - 1 Wanddisplay an der Kundeninformation
- Darstellung des Centerplans nun moderner, größer, plastischer und damit besser lesbar



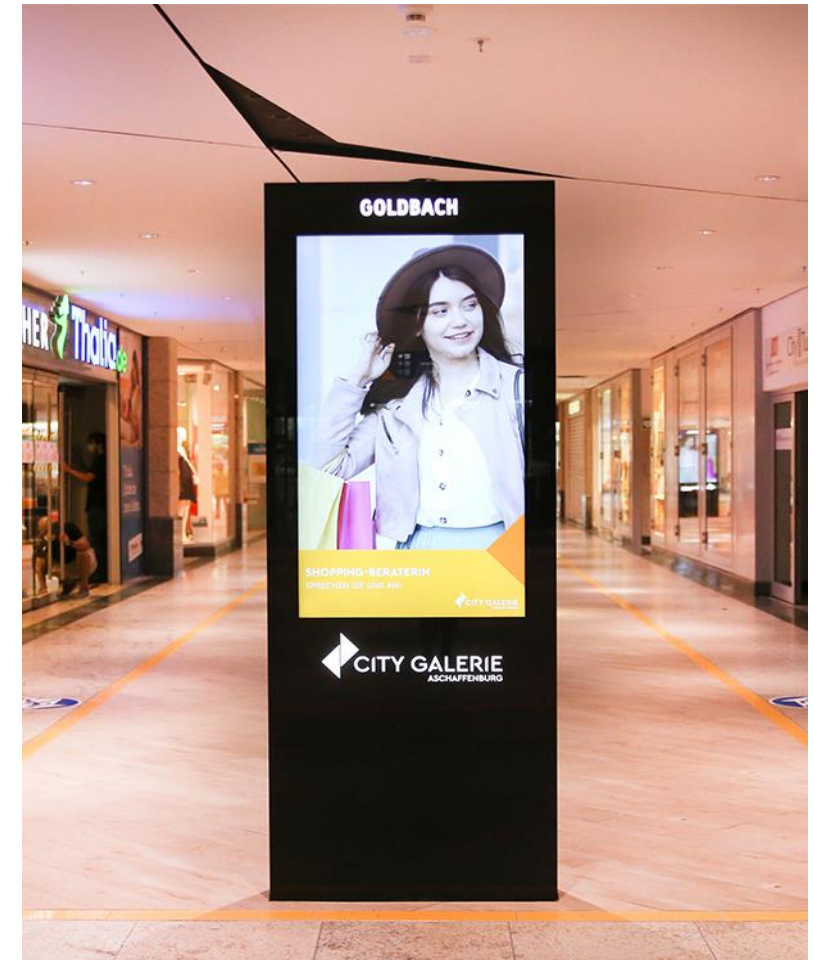
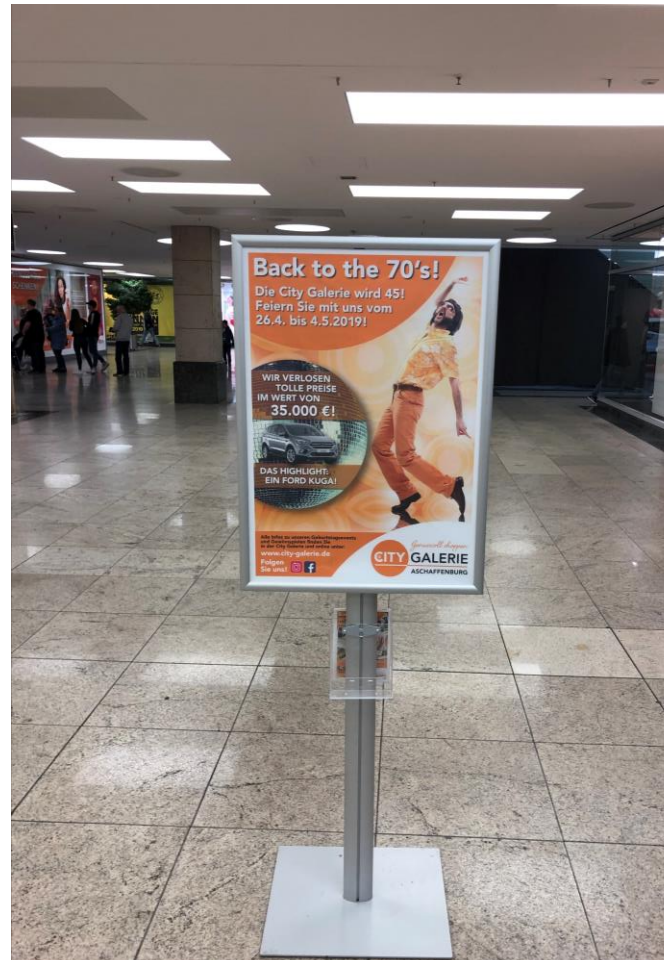
Umsetzung: Mallorientierung



Real estate.
Real joy.

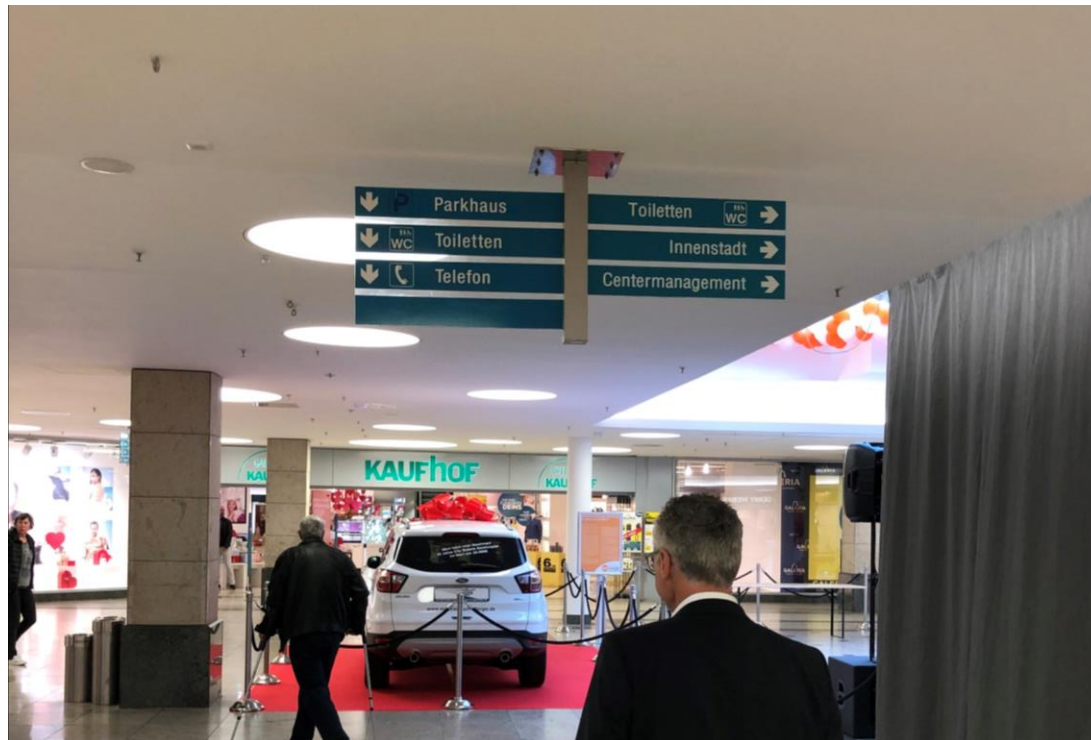


- Das Plakat als klassisches Kommunikationsmedium wurde durch digitale Kundeninformationsdisplays ersetzt
- Wegfall der Leuchtwerbekästen in den Aufzugsvorräumen und am Eingang Schöntal und Bündelung auf den Digital-Stelen
- 8 doppelseitige großformatige Stelen und
- 2 Wanddisplays mit 55“ Screens
- auf Ebene 1 und 2.



Umsetzung: Mallorientierung

Die zu kleine und inhaltlich wenig aussagekräftige Mallbeschilderung wurde gestalterisch und inhaltlich komplett überarbeitet



Umsetzung: Servicepoint



Real estate.
Real joy.



Der Servicepoint wurde in das zeitgemäße Malldesign integriert und die Fernwirkung durch farbliche Akzentente gesteigert. Der neue, digitale Infoscreen bietet zusätzlichen Service-Infos (Abfahrtszeiten ÖPNV, Aktionen etc.)



Umsetzung: Neuer Service



Neue digitale Paket-Abholanlage

- Pakete abholen, wenn es passt, unabhängig von Arbeits-/Geschäftsöffnungszeiten und Paketdienst und zudem kontaktlos empfangen,
- Ohne direkte Ausgabe per Personal.
- Die Einlagerung von angelieferten Paketen erfolgt manuell und funktioniert daher **mit allen Paketdienstleistern**.
- Eine **Paketabholung oder Retourenabgabe** durch die Nutzer ist jederzeit möglich:
 - Anschaffung durch Eigentümer
 - Betreuung: Werbegemeinschaft + pakadoo
 - Verräumung der Pakete in Packstation: Mitarbeitende der Kundeninformation
 - Benachrichtigung der Kunden über moderne und stylische App

Umsetzung: Nachhaltigkeit

Erneuerung der Lichttechnik – vorher:

- Große Anzahl Leuchten mit einheitlichem, flächigem Licht, Lichtfarbe in schlechter Farbqualität auf ca. 270 m² Fläche
- Technik: quecksilberhaltige Leuchtstoffröhren
- Hauptmerkmal: Leuchten blendeten und waren dominant im Sichtfeld des Besuchers - ein diffuses Lichtermeer an der Decke
- Folge 1: Schaufenster wurden optisch in den Hintergrund gedrückt
- Folge 2: teilweise 10 Röhren pro Leuchte / regelmäßige Ausfälle / Austausch der Leuchten
- Folge 3: hohe Wartungsintensität, hoher Stromverbrauch, Blendwirkung



Umsetzung: Nachhaltigkeit

Erneuerung der Lichttechnik – nachher:

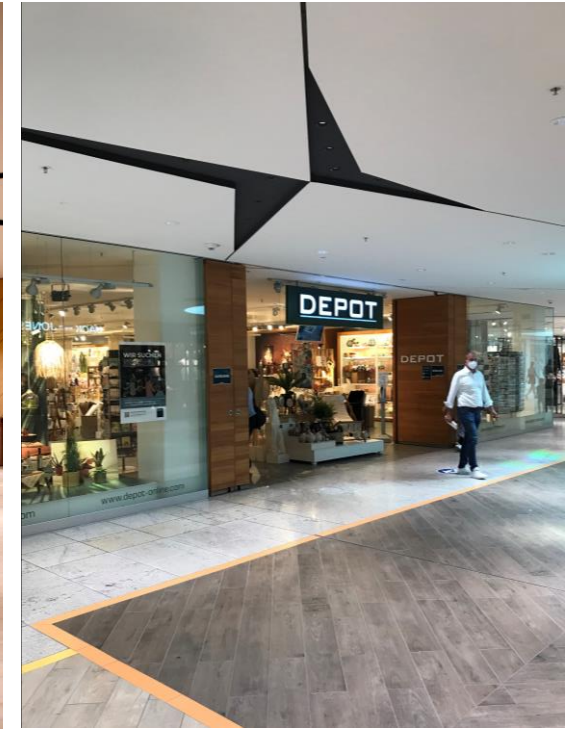
- Technik: Vollständig entblendete neue LED
- Lichtfarbe wird automatisch über die Steuerung im Tagesverlauf an das natürliche Licht der Sonne angepasst (Human Centric Lighting (HCL))
- Dimmung über eigene Schaltkreise im Tagesverlauf: kein permanenter voller Leistungsabruf
- Eigenart der Mall: lichtdurchflutete Atrien, stellenweise sehr hell. Lichtsteuerung sorgt tagsüber für ein Zusammenspiel zwischen dunkleren „Gängen“ und Atrien (nur zu gewissen Zeiten auf 100 %)
- Über das Tagesmittel laufen die Leuchten im Durchschnitt gedimmt
- Auf Sitzgruppen werden Highlights gelegt



Umsetzung: Nachhaltigkeit

Erneuerung der Lichttechnik – nachher:

- Ergebnis 1: Blick wird mehr auf die Schaufenster gerichtet
- Ergebnis 2: deutlich geringere Wartung
- Ergebnis 3: erhebliche Energie-/CO₂-Einsparung
- Ergebnis 4: stabile optische Wahrnehmung, der Raum ist ruhig und wirkt durch Möbel und Ware
- Ergebnis 5: höhere Aufenthaltsqualität durch Material, Möbel, Licht bringt längere Verweildauer und höheren Umsatz



Umsetzung: Nachhaltigkeit



Real estate.
Real joy.



Erneuerung der Lichttechnik – wirtschaftliche Ergebnisse:

- Neue LED-Beleuchtung in der Mall → ca. 60% Energieeinsparung p.a.
- 1.500 neue LED-Leuchten im Parkhaus → ca. 35% Energieeinsparung p.a.



Umsetzung: Gastronomie

Der ehemalige Foodcourt mit seinem unruhigen Gesamteindruck und der monotonen Möblierung wurden vollständig überarbeitet



Umsetzung: Gastronomie

Der ehemalige Foodcourt mit seinem unruhigen Gesamteindruck und der monotonen Möblierung wurden vollständig überarbeitet



Umsetzung: Gastronomie



Real estate.
Real joy.



Die nicht klar erkennbare Trennung zwischen Mall und Foodcourt wurde geschärft



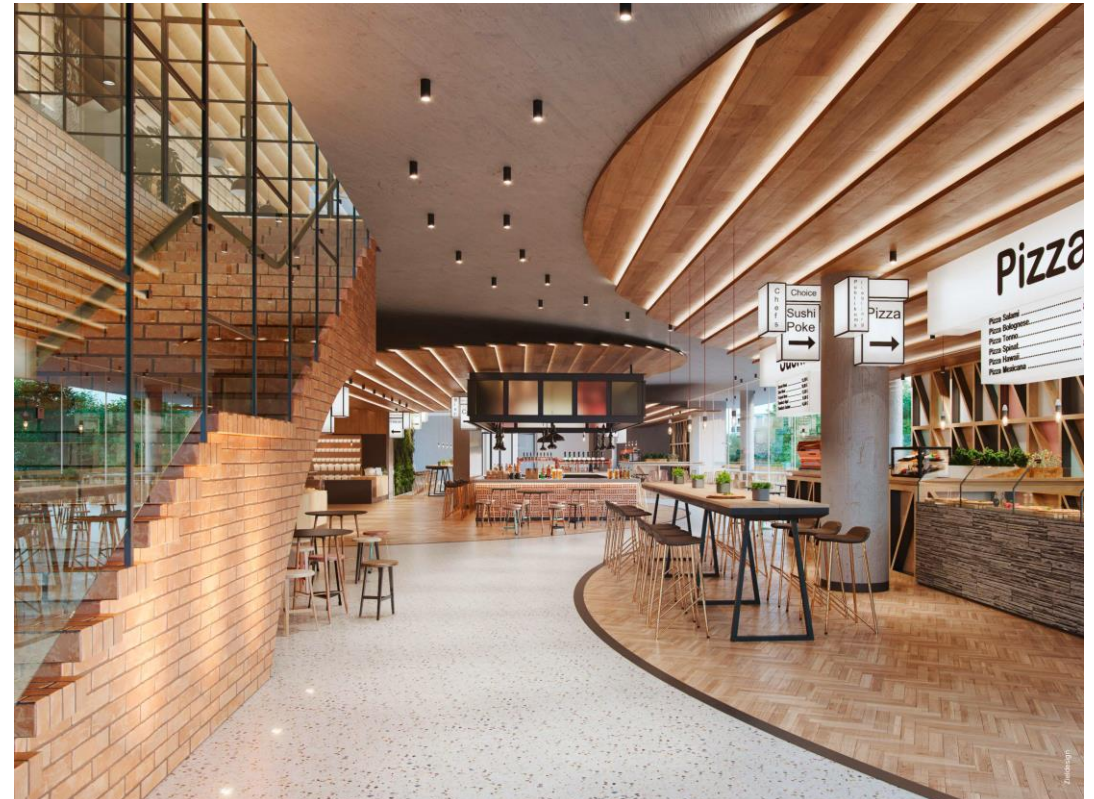
Ausblick: Gastronomie



Real estate.
Real joy.



In Konzeption: zusätzliche Gastronomiefäche auf ca. 2.000m² der ehemaligen Wöhrfläche auf Ebene 2 und 3 in Kombination mit Theater und Kids-Entertainment



Technik im Hintergrund

Neue Brandmeldeanlage

- Im Zuge der sehr umfangreichen Deckensanierung wurden zahlreiche Altlasten aus der Zwischendeck entfernt, u.a. 80 km alte Kabel
- Es wurde eine neue aktuelle Brandmeldeanlage installiert
- Zusätzlich wurde ein Rauchansaugsystem (RAS) eingebracht
- Dieses detektiert frühzeitig den Rauch in der Entstehungsphase eines Brandes
- Die automatische Meldung wird an die Feuerwehr ausgelöst und die Kunden werden aus Mall geleitet
- Das bedeutet noch höheren Personenschutz



Exkurs: X-Mas follows Refurbishment

Die neue CGA-Weihnachtsdekoration



Die optimierte Aufenthaltsqualität zeigt sich auch in der atmosphärischen Umgestaltung der Mall während wichtigster Zeit des Jahres:

- Komplette neue Deko in der Mall, die die Designelemente der Revitalisierung aufgreift und verlängert
- Verknüpfung mit interaktiven Modulen für Familien mit Kindern
- Schaffung weiterer Anziehungskraft für Mieterumsatz und Steigerung des Objektwertes

Ergebnis nach Revitalisierung: CGA heute

Real estate.
Real joy.



Breit aufgestellt als gesundes Stadt-Quartier

- Spür- und messbar längere Aufenthaltsdauer der Kunden
- Dank gesteigerter Wohlfühlatmosphäre, die zum Bummeln, Verweilen und Kaufen einlädt
- Deutlich stärker entwickelte Anziehungskraft speziell nach 1,5 Jahren Corona-Durststrecke, in der Kunden vom Online-Kauf zurückgewonnen werden müssen
- Zufriedene Mieter, die in einer qualitativ gesteigerten Umgebung Rückenwind für Ihre Abverkäufe bekommen haben
- Verbesserte Gesprächsgrundlage für Neu-Mieter, speziell aus dem noch auszubauenden Gastronomie-Bereich
- Dadurch auch nachhaltige Steigerung der Immobilienqualität und des Immobilienwertes für den Eigentümer

Exkurs: Umnutzung Karstadt



Real estate.
Real joy.

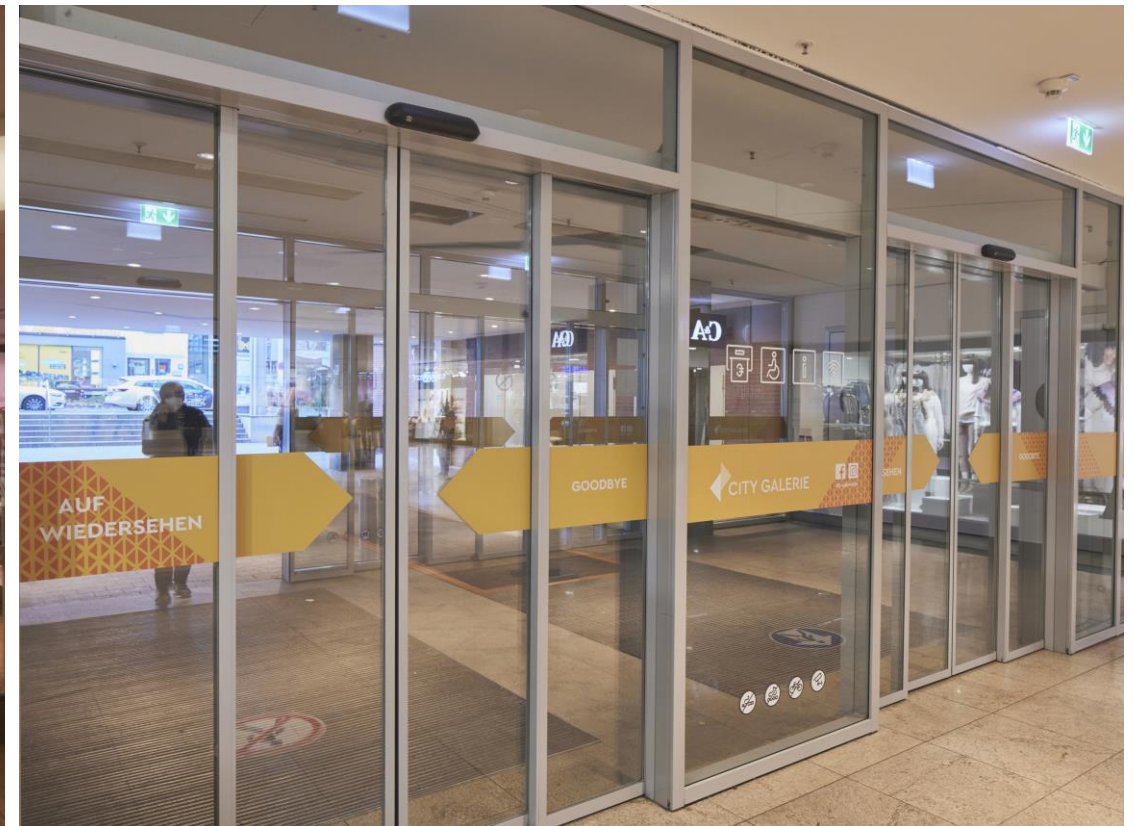


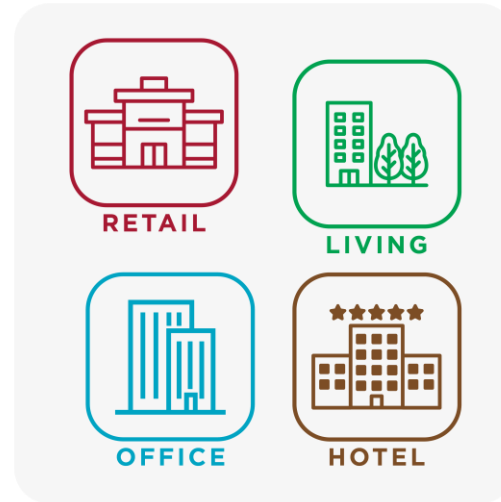
- Aus einer zuvor separierten Retail-Restfläche im 5. OG des ehemaligen Karstadt in der City-Galerie, die 9 Jahre lang brach lag, entwickelte die DI-Gruppe eine Kindertagesstätte
- 100 Kita- und Krippenplätze auf 1.000 m² + 700 m² Außenterrasse
- Win-Win-Win: Fläche vermietet, städtische Infrastruktur verbessert, Zusatzfrequenzen für das Center gewonnen
- Abwägung von Rendite-Verlust vs. Rendite-Reduktion führt zu kreativen Ansätzen, die die Immobilie weiterhin in Nutzung halten

Auf Wiedersehen!

Real estate.
Real joy.

DI⁺





ASSET-MANAGEMENT | PROPERTY-MANAGEMENT | PROJEKTENTWICKLUNG | REVITALISIERUNG | TRANSFORMATION
LEASINGMANAGEMENT | CENTER-/OFFICE-/HOTELMANAGEMENT | MIET-/WEG-/SE-VERWALTUNG | GEBÄUDEMANAGEMENT