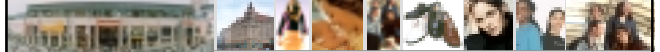


Neue Angebotsformen des Einzelhandels

Von Einkaufs-Centern, Galerien, Passagen, UECs und FOCs

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Umsatzentwicklung im Einzelhandel

- Ab Mitte der 80er Jahre bis 1989 hohe Umsatzzuwächse
- 1990 und 1991 ein wahrer Boom dank der Wiedervereinigung
- 1992 bis 1998 konjunkturelle Wende und reale Umsatzrückgänge
- Seit 1999 Stagnation
- Im ersten Halbjahr 2002 Umsatzeinbrüche, u. a. durch Teuro-Diskussion, Kollektiv-Pessimismus und Kaufzurückhaltung

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers

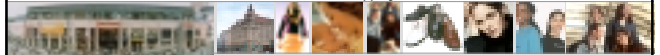


Störfaktoren

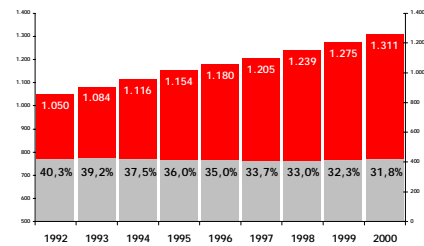
- Erhöhung der Unternehmensbesteuerung (u. a. Abschaffung der Teilwertabschreibung)
- Belastung der Privathaushalte durch Ökosteuer, Solidaritätszuschlag, Abschaffung des Ehegattensplittings usw.
- Höhere Erbschafts- und Grunderwerbssteuer (1997)
- Ende der Sonderabschreibung Ost (1997)
- Steigerung der kommunalen Abgaben und Haushaltskosten (Müll, Strom, Wasser etc.)
- Versicherungspflicht für 630-DM-Jobs

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers

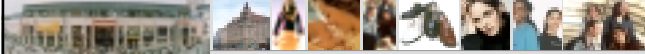


Das verfügbare Einkommen und seine Verwendung für den Einzelhandel



ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers

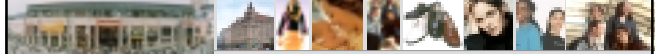


Es gibt aber auch positive Faktoren, die die Entwicklung des Einzelhandels begünstigen

- Erhöhung des Kindergeldes
- Steuerreform

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Weitere Trends



Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Weitere Trends

- Der filialisierte Facheinzelhandel expandiert
- Expansion der (vertikalen) Textilketten (H&M, Orsay, Zero, Street One, s.Oliver, Esprit)
- Ausländische Ketten dringen in den Markt (Oviesse, Zara, Mango, Springfield)
- Mega-Stores entstehen (Benetton, Joop, Esprit)
- Sporthäuser entstehen und expandieren
- Unterhaltungselektronik und Computer explodierten

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Die Verbraucher und ihre Bedürfnisse ändern sich

- Von der Bedarfsdeckung zum Erlebniseinkauf (Ambiente, Service, Preis)
- Design gewinnt an Bedeutung
- Die Dienstleistungs- und Service-Ansprüche der Verbraucher nehmen zu
- Wachsendes Freizeitbewusstsein führt zu veränderten Ausgaben-Schwerpunkten
- Durch verschlechterte Rahmenbedingungen (Zeit, Verkehr, Parken, Personal usw.) verkommt Einkaufen zur „Pflicht“.

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Fazit: Dem Einzelhandel geht es schlecht

- Äußere Rahmenbedingungen üben starken Kosten- und Umsatzdruck auf den Einzelhandel aus
- Verbraucher werden immer kritischer und fordernder
- Alte Konzepte funktionieren zunehmend weniger
- Flächen-Expansionen neuer Ketten erhöhen den Konkurrenz-Druck

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Die Folge: Schrumpfende Märkte und Konzentrationsprozesse

- Nur noch 2 Warenhaus-Unternehmen
- Nur noch 7 SB-Warenhaus-Unternehmen national und 4 SB-Warenhaus-Unternehmen regional
- Nur noch 5 nationale Discounter und 2 regionale Discounter
- Nur noch 4 nationale Drogeriemärkte
- Nur noch 5 nationale Buchhäuser
- Nur noch 6 nationale Großtextiler
- Nur noch 4 bedeutende nationale UE-Anbieter
- Nur noch 3 nationale Sporthaus-Betreiber

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Rückblick: Die Shopping-Center-Welle schwappt nach Deutschland.



1964 Das erste Einkaufs-Center in Deutschland wird eröffnet:
Das Main-Taunus-Zentrum in Sulzbach bei Frankfurt/Main.

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Die ECE: Von Anfang an mit dabei



1969 Das Franken-Zentrum (heute: Franken-Center) wird eröffnet.

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Bis zur Ölkrise expandiert die neue Betriebsform „EKZ“.



Zwischen 1964 und 1975 entstehen 50 Shopping-Center.

70er

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Die Anzahl der Einkaufs-Center wächst zunächst behutsam weiter.



Am Ende des Jahrzehnts gibt es in Deutschland 93 Shopping-Center.

80er

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Die Verkaufsflächenexplosion auf der grünen Wiese hat Folgen!

Innenstädte profitieren nur selten.
 Oft entwickelt sich ein Überangebot vor den Toren der Städte.
 Die Städte verlieren an Attraktivität.



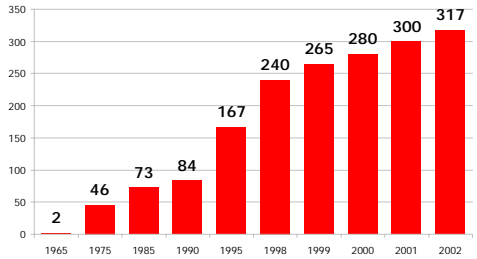
90er

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Shopping-Center in Deutschland

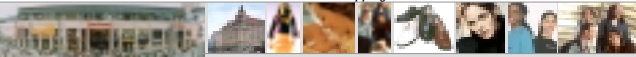


Jahr	Anzahl
1965	2
1975	46
1985	73
1990	84
1995	167
1998	240
1999	265
2000	280
2001	300
2002	317

ECE

[EKZ mit über 10.000 m²; auch SB-Warenhäuser mit erweiterter Kassenzone / Quelle: EHI]

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Einkaufs-Center nach Standorten

Standort	1964-1995	1996/1997	1998/1999	ECE 2002
Innenstadt	34,6%	26,3%	53,3%	53,6%
Stadtteil	40,3%	57,9%	36,7%	43,5%
Grüne Wiese	25,1%	15,8%	10,0%	2,9%

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Einkaufs-Center-Typen



1. City-Points

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Beispiel City-Point Braunschweig



Eröffnung **01.09.1988**

- 12.300 m² Verkaufsfläche
- 45 Shops
- 1.000 Parkplätze in einem Parkhaus in nächster Nähe

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Beispiel City-Point Bochum



Eröffnung **03.03.1989**

- 8.100 m² Verkaufsfläche
- 40 Shops
- 5.000 Parkplätze in Parkhäusern in nächster Nähe

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Beispiel Einkaufsgalerie Anger 1 Erfurt



Eröffnung **27.09.2000**

- 23.000 m² Verkaufsfläche
- 50 Shops
- 770 Parkplätze

ECE



Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Beispiel City-Point Kassel



Eröffnung **28.02.2002**

- 20.000 m² Verkaufsfläche
- 70 Shops
- 220 Parkplätze

ECE



Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Einkaufs-Center-Typen



2. Innenstadt-Center

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Beispiel: Löhr-Center Koblenz




Eröffnung
23.02.1984

32.000 m² Verkaufsfläche
140 Shops
1.400 Parkplätze

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Beispiel: Saarpark-Center Neunkirchen




Eröffnung
31.08.1989

33.500 m² Verkaufsfläche
120 Shops
2.400 Parkplätze

ECE



Saarpark-Center, Neunkirchen

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Beispiel: Rathaus-Center Dessau




Eröffnung
21.09.1995

30.000 m² Verkaufsfläche
800 Shops
850 Parkplätze

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Beispiel Rotmain-Center Bayreuth




Eröffnung
25.09.1997

16.000 m² Verkaufsfläche
80 Shops
1.500 Parkplätze

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Beispiel Schlosspark-Center Schwerin




Eröffnung **23.09.1998**

- 20.000 m² Verkaufsfläche
- 120 Shops
- 1.000 Parkplätze in einem Parkhaus in nächster Nähe

ECE



Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



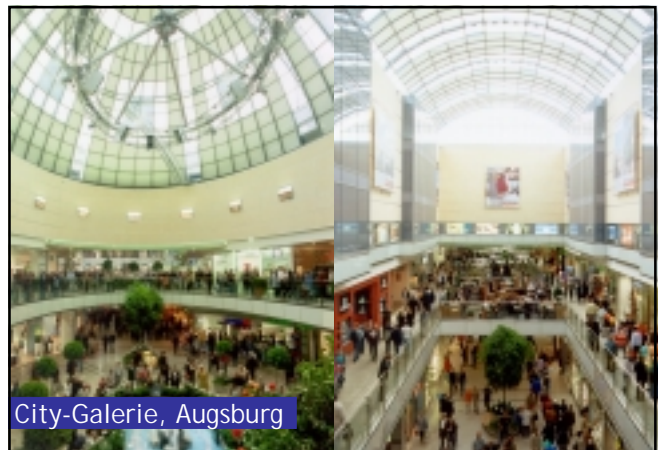
Beispiel City-Galerie Augsburg



Eröffnung **05.09.2001**

- 28.000 m² Verkaufsfläche
- 100 Shops
- 2.000 Parkplätze

ECE



Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Beispiel City-Galerie Wolfsburg




Eröffnung **06.09.2001**

- 20.000 m² Verkaufsfläche
- 90 Shops
- 800 Parkplätze

ECE



Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Beispiel City-Arkaden Wuppertal



Eröffnung **10.10.2001**

- 25.000 m² Verkaufsfläche
- 86 Shops
- 650 Parkplätze

ECE



Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Beispiel Altmarkt-Galerie Dresden




Eröffnung **18.09.2002**

- 28.000 m² Verkaufsfläche
- Über 100 Shops
- 500 Parkplätze


ECE



Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Einkaufs-Center-Typen



3. UEC in Innenstädten

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Beispiel: Promenaden Hauptbahnhof Leipzig



Eröffnung **12.11.1997**

- 30.000 m² Verkaufsfläche
- 140 Shops
- 1.300 Parkplätze

ECE



Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers

Beispiel: Potsdamer Platz Arkaden Berlin

Eröffnung **02.10.1998**

40.000 m² Verkaufsfläche
120 Shops
4.000 Parkplätze

ECE



Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers

Einkaufs-Center-Typen

4. Stadtteil-Center

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers

Beispiel:
Alstertal-Einkaufszentrum Hamburg

Eröffnung **05.11.1971**

42.000 m² Verkaufsfläche
160 Shops
2.770 Parkplätze

ECE



Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers

Beispiel: Ring-Center Berlin I & II



Eröffnung
05.10.1995
30.10.1997

36.500 m² Verkaufsfläche
 110 Shops
 1.000 Parkplätze

ECE



Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers

Beispiel: Einkaufs-Center Neuperlach PEP



Eröffnung
05.03.1981

50.000 m² Verkaufsfläche
 100 Shops
 3.000 Parkplätze

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers

Einkaufs-Center-Typen



5. Nahversorger

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers

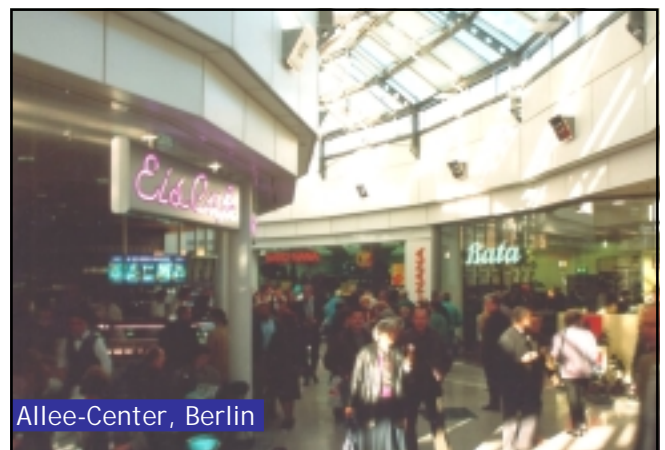
Beispiel: Allee-Center Berlin



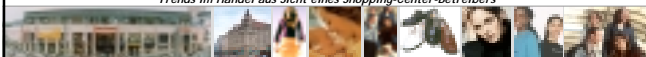
Eröffnung
03.11.1994

12.300 m² Verkaufsfläche
 50 Shops
 300 Parkplätze


ECE



Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Einkaufs-Center-Typen



6. Themen-Center

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Einkaufs-Center-Typen



7. Factory-Outlet-Center

ECE

Trends im Handel aus Sicht eines Shopping-Center-Betreibers



Neue Einkaufs-Center der ECE



ECE