

Marktbericht – Ausgabe 03/2019

Der Berliner Handel im Wandel.

Neue Büros in leeren Läden?

 Berliner
Sparkasse

Gut für Berlin.
Seit 1818.



Der Berliner Handel im Wandel

Der Einzelhandel befindet sich bekanntlich im Wandel! So sind seit dem Jahr 2014 die Umsätze im Onlinehandel um 52 % angestiegen. Die wachsende Nachfrage im E-Commerce geht zu Lasten der stationären Einzelhändler, da vor allem Bücher, Mode, Schuhe und Elektrowaren im Internet bestellt werden. Folglich sinkt die Nachfrage nach Ladenflächen. Zudem werden durch die Konsolidierung in der deutschen Warenhauslandschaft großflächig Objekte leergezogen. Aber auch die Ansprüche der Kunden an das Einkaufen haben sich verändert. So entsprechen etwa Shoppingcenter, die keinen Nutzungsmix aufweisen, nicht mehr ihren Anforderungen.

Auch in der deutschen Hauptstadt werden die veränderten Rahmenbedingungen sichtbar. Zwar hat sich der Einzelhandel in Berlin in den vergangenen Jahren positiv entwickelt – so sind sowohl die Kaufkraft als auch die Zentralität angestiegen. Zudem hat sich die Stadt zu einem Hot-Spot für internationale Labels entwickelt, die sich erstmalig in Deutschland ansiedeln. Aber trotz des gut diversifizierten Einzelhandelsangebots – mit mehreren großen innerstädtischen Einkaufslagen, die noch um bedeutende Einkaufsstraßen in ausgewählten Stadtbezirken und Shoppingcenter ergänzt werden – gibt es teilweise erhebliche Leerstände. So stehen bspw. im Einkaufszentrum „Boulevard Berlin“ zahlreiche Flächen zur Anmietung zur Verfügung.

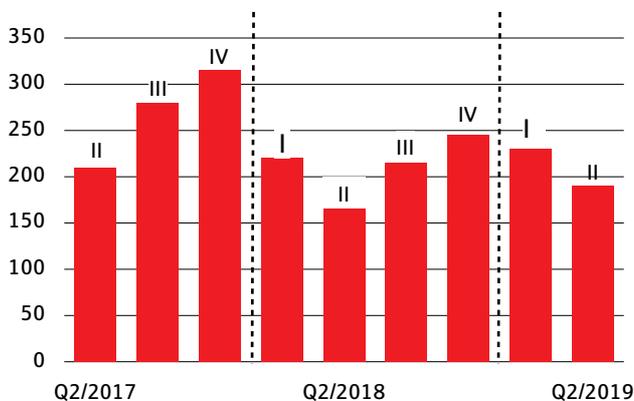
Im Gegensatz zur Flächenentwicklung im Einzelhandel ist der Markt für Büroflächen in Berlin nahezu leergefegt. Mit einer Leerstandsquote von derzeit 1,5 % ist einer der niedrigsten Werte aller Zeiten erreicht worden. Damit sind für einen gut funktionierenden Büromarkt nicht mehr ausreichend Flächen in der deutschen Hauptstadt vorhanden. Auf der anderen Seite stehen – meist in guten Lagen mit entsprechender infrastruktureller Anbindung – großflächig Einzelhandelsobjekte teilweise oder ganz leer. Hier setzt der vorliegende Marktbericht an, der einen kompakten Überblick über die mögliche Neupositionierung von Handelsimmobilien in Berlin gibt.



Flächenknappheit schlägt sich im Umsatz nieder

Büroflächen in der deutschen Hauptstadt bleiben weiterhin Mangelware. Dies schlägt sich auch im Büroflächenumsatz nieder, der erstmals seit Q2/18 in einem Quartal unter der Marke von 200.000 qm MFG blieb. In Summe wurde im ersten Halbjahr ein Umsatz von 420.000 qm MFG registriert. Zwar konnte das gute Ergebnis des Vorjahres um ca. 9 % übertroffen werden, jedoch ist dies dem sehr guten Ergebnis des ersten Quartals geschuldet. Im weiteren Verlauf des Jahres wird mit einem Ergebnis im Bereich von 850.000 bis 950.000 qm MFG gerechnet.

Büroflächenumsatz in Berlin in Tsd. qm MFG
(Q2/2017–Q2/2019)



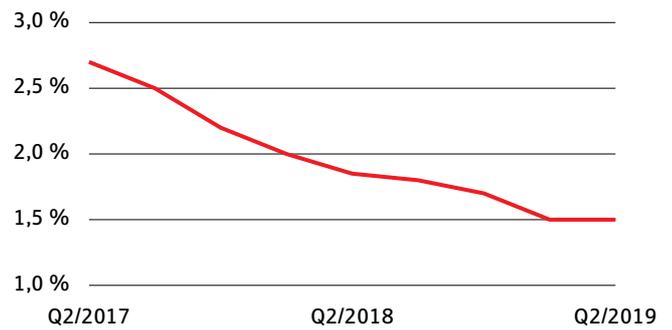
Quelle: bulwiengesa, MFG = Mietfläche nach gif

Wieder führend im Umsatz nach Branchen waren die Anbieter von Coworking-Flächen mit einem Flächenumsatz von allein über 20.000 qm MFG im Q2/19 bzw. über 55.000 qm MFG im ersten Halbjahr. Hier macht sich u. a. die Anmietung durch WeWork im derzeit in der Entwicklung befindlichen „Bötzow-Center“ an der Prenzlauer Allee bemerkbar. Aber auch die Branche Software & IT trug mit einer Anmietung im ehemaligen Einzelhandelsobjekt „Forum Steglitz“ zum soliden Umsatzergebnis bei. Das Beratungsunternehmen für Security und IT-Management HiSolutions hat hier eine Fläche von über 5.600 qm MFG angemietet.

Leerstand weiterhin im Sinkflug

Die anhaltend hohe Nachfrage nach Büroflächen spiegelt sich auch in der niedrigen Leerstandsquote wider, da die derzeitige Neubautätigkeit nicht ausreicht, um die Nachfrage bedienen zu können. Folglich wurde im zweiten Quartal eine weitere leichte Abnahme des Leerstandes beobachtet. Dabei datiert die Quote für die Gesamtstadt weiterhin bei 1,5 %.

Büroflächenleerstand in Berlin
(Q2/2017–Q2/2019)



Quelle: bulwiengesa

Höhenflug der Spitzenmiete geht weiter

Die weiterhin hohe Nachfrage – bei einem sinkenden Angebot – lässt auch die Spitzenmieten erheblich steigen. So müssen für Büroflächen in zentralen Lagen der Stadt zum Ende des ersten Halbjahres 36,50 Euro/qm MFG ausgegeben werden. Einzelne Vermietungen liegen sogar noch deutlich über diesem Wert. Nominal ist die Steigerung um 2,00 Euro/qm MFG die höchste zwischen zwei Quartalen, die von bulwiengesa seit Anfang der 2000er registriert worden ist.

Im weiteren Verlauf des Jahres wird mit einem Anhalten der derzeitigen Dynamik gerechnet – das Kratzen an der Marke von 40 Euro/qm MFG scheint kurzfristig nicht mehr unrealistisch.

Bürospitzenmiete in Berlin in Euro/qm MFG
(Q2/2017–Q2/2019)



Quelle: bulwiengesa, MFG = Mietfläche nach gif

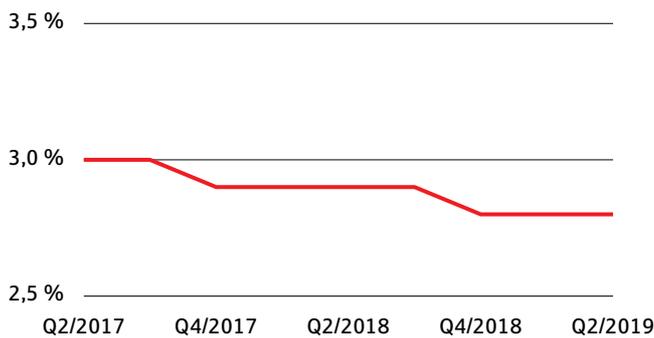
Rendite weiterhin auf niedrigem Niveau

Das erste Halbjahr 2019 brachte für den gewerblichen Investmentmarkt in Berlin ein neues Rekordergebnis. Dabei waren Büroimmobilien weiterhin die gefragteste Assetklasse. In dieses Segment fällt u. a. der Verkauf des in Bau befindlichen „Up!“ (ehem. Einzelhandelsimmobi-

lie Galeria Kaufhof) am Berliner Ostbahnhof für 335 Mio. Euro an DWS International (Q1/19) oder der Verkauf des Büroneubaus „The Westlight“ für über 200 Mio. Euro an Generali und Poste Vita (Q2/19) in der City-West.

Im Zuge der hohen Nachfrage – bei einem weiterhin limitierten Angebot – blieb die Spitzenrendite auf ihrem sehr niedrigen Niveau von 2,8 %. Derzeit wird davon ausgegangen, dass die Entwicklung im weiteren Verlauf des Jahres anhalten wird.

Nettoanfangsrendite für Bürogebäude in zentralen Lagen Berlins (Q2/2017–Q2/2019)



Quelle: bulwiengesa

Der Handel im Wandel

Die Nachfrage nach Flächen im stationären Einzelhandel ist deutlich gesunken. Dabei sind die Gründe für diese Entwicklung vielfältig. Neben einer starken Preisorientierung und einer Veränderung der Konsumentenstruktur und -ansprüche, ist auch das fortwährende Wachstum des Onlinehandels zu berücksichtigen. So nehmen die Umsätze der im Internet erworbenen Güter stetig zu. Wurden 2014 noch 42,8 Mrd. Euro umgesetzt, waren es 2018 schon 65,1 Mrd. Euro (+ 52 %)¹. Die Zunahme geht dabei zu Lasten von Teilen des stationären Einzelhandels, da vor allem Bücher, Textilien, Schuhe und Elektrowaren im Netz erworben werden. So wurde 2018 Online in der Warengruppe „Bekleidung/Textilien/Schuhe“ ein Umsatz von ca. 18,7 Mrd. Euro erzielt – im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Wachstum von 6 %.

Shoppingcenter bekommen – durch ihre konzeptionelle Ausrichtung auf diese Warengruppen – die sinkende Nachfrage besonders zu spüren. Folglich müssen sich diese Häuser neu positionieren, um ihre Attraktivität für Kunden zu erhöhen. So wird versucht, die Themen Food (Court/Sky), Fitness und Entertainment in die Center zu integrieren.

Ein Beispiel für eine gelungene Umstrukturierung eines Shoppingcenters ist das Einkaufszentrum „Marstall“ in

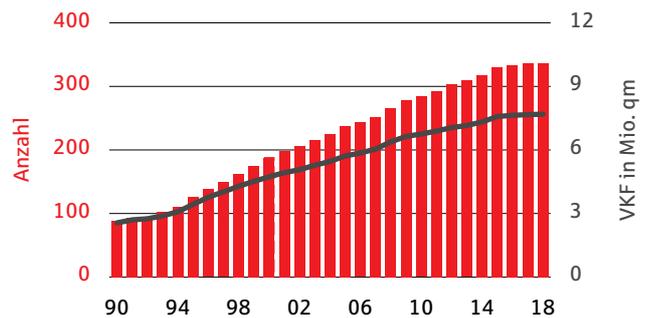
¹ Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh)

Ludwigsburg. Seit 2015 hat der Entwickler von Einkaufszentren – die ECE Projektmanagement – über 100 Mio. Euro in einen neuen Look mit 70 Shops (Fachgeschäfte, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe) investiert, die ein attraktives Angebot für Kunden schaffen sollen. Die steigenden Umsätze im Center verdeutlichen den Erfolg der Maßnahmen.

Abflachen der Bautätigkeit bundesweit zu beobachten

Die sinkende Nachfrage nach Ladenflächen spiegelt sich auch in der bundesweiten Bautätigkeit für Shoppingcenter wider. So hat die Entwicklung von neuen Verkaufsflächen in den vergangenen Jahren – im Vergleich mit den 1990er Jahren – deutlich nachgelassen. Nach Prognosen von bulwiengesa wird erst für 2022 ein Anstieg der Verkaufsfläche (VKF)² erwartet. Ursächlich hierfür ist die Fertigstellung des Shoppingcenters im Hamburger Überseequartier (Hafen City) mit einer Fläche von ca. 70.000 qm GLA (gross leasable area).

Entwicklung der Anzahl und Verkaufsfläche (VKF) in Shoppingcentern (1990–2018)



Quelle: bulwiengesa

In der deutschen Hauptstadt konnte in den zurückliegenden Jahren eine ähnliche Entwicklung wie in der Bundesrepublik beobachtet werden. Dabei ist im Zeitraum von 2014 bis 2017 kein Flächenzuwachs bei den Shoppingcentern registriert worden. Erst im Jahr 2018 ist u. a. mit der Fertigstellung des „Schultheiss Quartiers“ und der „East Side Mall“ der Flächenbestand angestiegen. Auch in den kommenden Jahren wird sich diese Entwicklung weiter fortsetzen, da nur für 2019 – bedingt durch die Fertigstellung des Tegel-Centers an der Gorkistraße – eine Erhöhung des Flächenbestandes erwartet wird.

Status quo: Der Einzelhandelsmarkt in Berlin

Berlin stellt aufgrund seiner Größe und Einwohnerzahl von rund 3,6 Millionen einen der bedeutendsten Einzelhandelsstandorte in Deutschland und Europa dar. Kennzeichnend für die Stadt ist die polyzentrische Struktur

² VKF = Die VKF umfasst die Fläche, die für den Kunden begehbar ist.

mit zahlreichen innerstädtischen Einzelhandelslagen, die sich aus der Tradition und der gut vierzigjährigen Teilung der Stadt herausgebildet haben.

Bedeutende Einkaufslagen in Berlin (Auswahl)

Standort	ca. GLA (gross leasable area)*
City-West	> 285.000 qm
Schloßstraße	183.000 qm
Alexanderplatz	150.000 qm
Friedrichstraße	90.000 qm
Hackescher Markt	50.000 qm

*GLA = Die GLA (gross leasable area) bezeichnet die zur exklusiven Nutzung und Belegung durch den Mieter vorgesehene Gesamtgeschossfläche
Quelle: bulwiengesa

Der Lagebereich der City-West, gebildet aus den Einkaufsstraßen Kurfürstendamm und Tauentzien mit dem Flaggschiff „KaDeWe“, bildet die etablierte Einkaufslage auch für internationale Labels ab. In diesem Lagebereich wird auch die Spitzenmiete von 310 Euro/qm im Einzelhandel erzielt.

Eine ähnliche Ausstattungsqualität strebt die Friedrichstraße im Ostteil Berlins an, die allerdings im südlichen Teil in den letzten Jahren aufgrund verschiedener Baumaßnahmen in der Straße „Unter den Linden“ in der Entwicklung hinter den Erwartungen zurückgeblieben ist.

Der im Verlauf der 1990er Jahre entwickelte Potsdamer Platz wurde mit dem „Sony Center“ und den „Potsdamer Platz Arkaden“, seinem ergänzenden Mix aus Entertainment und Gastronomie sowie Hotellerie, zu einem bedeutenden touristischen Anziehungspunkt. Nach Fertigstellung des Shoppingcenters „LP12 – Mall of Berlin“ hat sich die Verkaufsfläche an diesem Standort auf mehr als 100.000 qm erhöht.

Der auch zu DDR-Zeiten als Einzelhandelsplatz und Verkehrsknotenpunkt bedeutende Alexanderplatz wurde durch den Neubau des „Alexa“ (Shoppingcenter), den Relaunch des Galeria Kaufhof Warenhauses und die diversen Neubauten wie des „Alea 101“ deutlich attraktiver. Ergänzt wird das Angebot durch die Trendlagen rund um den Hackeschen Markt sowie Neue und Alte Schönhäuser Straße. Dazu übernehmen im Westen Berlins die Stadtteilanlage Schloßstraße in Steglitz mit inzwischen vier Shoppingcentern und die Wilmersdorfer Straße in Charlottenburg eine wichtige Rolle ein.

Shoppingcenter in Berlin (Auswahl)

Standort	ca. GLA (gross leasable area)
Boulevard Berlin	84.000 qm
Gropius-Passagen	81.000 qm
Mall of Berlin	72.000 qm
Alexa	48.000 qm
Friedrichstadt-Passagen	42.000 qm

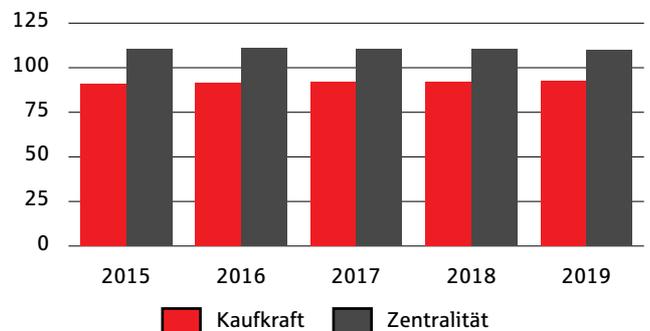
Quelle: bulwiengesa

Alle übrigen Lagebereiche in Berlin sind primär als Stadtteilagen und Stadtquartierslagen von meist lokal begrenzter Bedeutung, jedoch häufig sehr gut im Markt etabliert.

Berlin – absatzwirtschaftliche Rahmendaten

Die absatzwirtschaftlichen Rahmendaten für die deutsche Hauptstadt haben sich in den vergangenen Jahren positiv entwickelt. So hat sich die Kaufkraft je Einwohner seit 2015 um rund 13 % erhöht. Damit konnte ein höheres Wachstum als in der Bundesrepublik erzielt werden (+11 %). Gleichzeitig konnte auch eine positive Entwicklung bei der Zentralitätskennziffer³ in Berlin verzeichnet werden.

Entwicklung Kaufkraft und Zentralitätskennziffer
(Index: BRD = 100)



Quelle: bulwiengesa

Auch der Einzelhandelsumsatz⁴ und das Nachfragevolumen⁵ konnten seit 2015 ein Wachstum um rund 12 % bzw. 19 % generieren. Diese Entwicklung ist vor allem auf zwei Faktoren zurückzuführen: Zum einen konnte die Bevölkerung in Berlin in den vergangenen zehn Jahren ein Wachstum um ca. + 6 % verzeichnen und zum anderen war die deutsche Hauptstadt mit rund 32,9 Millionen Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben im Jahr 2018 eines der Top-3-Reiseziele in Europa.

Absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen Berlin

Variable	2015	2019
Einzelhandelsumsatz	21.307,36 Mio. Euro	23.909,36 Mio. Euro
Nachfragevolumen	68.158,84 Mio. Euro	81.236,76 Mio. Euro

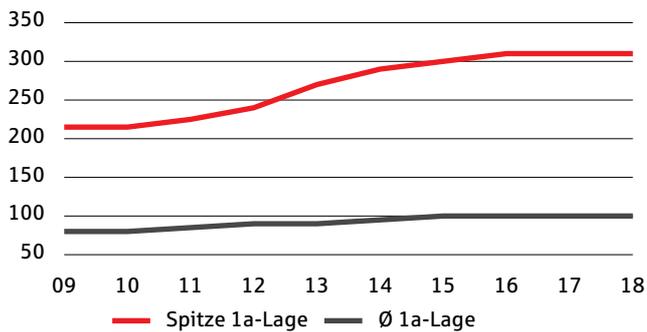
Quelle: MB Research, RIWIS

3 Die Zentralität des Einzelhandels ermittelt sich aus der Division des Einzelhandelsumsatzes durch die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft.
4 Einzelhandelsumsatz = Einzelhandelsumsätze sind alle im örtlichen Einzelhandel getätigten Umsätze. Sie werden am Einkaufsort der Konsumenten erfasst.
5 Das Nachfragevolumen pro Kopf kann vom verfügbaren Einkommen aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung abgeleitet werden. Über die amtliche Verbrauchsstichprobe und die Umsatzangaben der jeweiligen Branchenverbände wird das Nachfragevolumen pro Kopf berechnet. Das gesamte Nachfragevolumen in einem Gebiet ergibt sich als Produkt des Nachfragevolumens pro Einwohner multipliziert mit der Anzahl der Einwohner. Mit Hilfe von Elastizitätskoeffizienten wird das Nachfragevolumen regional an die Kaufkraftkennziffer angepasst.

Entwicklung der Mieten im Einzelhandel

Die positiven Rahmenbedingungen in Berlin haben auch Einfluss auf die Spitzenmiete in 1a-Lagen, die seit 2009 ein Wachstum um ca. 44 % generieren konnte. Seit 2016 stagniert die Spitzenmiete jedoch auf ihrem hohen Niveau von 310 Euro/qm, da Händler sich auf ausgewählte Standorte konzentrieren. Im Vergleich der deutschen A-Städte verfügt Berlin jedoch über eine der höchsten Spitzenmieten. Nur München liegt mit 345 Euro/qm vor der deutschen Hauptstadt.

Mietentwicklung für Einzelhandelsflächen in den 1a-Lagen Berlins in Euro/qm (2009–2018)



Quelle: bulwiengesha

Praxisbeispiele zur Begegnung des „Handels im Wandel“

Das erste Shoppingcenter in Deutschland – das „Main-Taunus-Zentrum“ – wurde 1964 nach amerikanischem Vorbild eröffnet. Kunden sollten Einkäufe zeitersparend und konzentriert erledigen können. Heute haben die Konsumenten jedoch höhere Erwartungen an das Einkaufen als die reine Grundversorgung mit Produkten – Einkaufen soll ein Erlebnis sein. Neben den geänderten Kundenwünschen setzt auch der E-Commerce dem stationären Handel zu.

Vor allem Shoppingcenter müssen sich dem veränderten Verhalten der Kunden anpassen, da sie kein reiner Verkaufsort mehr sind. Dabei werden laut Experten nicht alle Einkaufszentren die Veränderungen im Handel überstehen – neue Nutzungskonzepte müssen gefunden werden.

Die Stadt Berlin verfügt derzeit über rund 70 Center. Dabei nimmt der Leerstand in einigen Häusern zu. Beispielsweise sind in den „Potsdamer Platz Arkaden“ und in den „Wilmsdorfer Arkaden“ zwischen 15 % und 30 % der Flächen nicht belegt. Beide Häuser werden derzeit einer Neupositionierung und Umstrukturierung unterzogen.

In den vergangenen Jahren sind bereits einige Center in

der Hauptstadt modernisiert worden. Beispielhaft wären hierbei die „Gropius Passagen“ in Neukölln oder das „Alexa“ am Alexanderplatz zu nennen. So ist das größte Shoppingcenter in Berlin – die „Gropius Passagen“ – in die Jahre gekommen und wurde von 2014 bis 2018 für 125 Mio. Euro neu gestaltet. Es präsentiert sich nun mit einem Mix aus nationalen und internationalen Marken sowie einem neuen kreativen Food-Konzept. Auch das „Alexa“ wurde nur zehn Jahre nach seiner Eröffnung einer Modernisierung unterzogen. So soll mit fünf Clustern (u. a. Young Fashion Mall oder Foodhalle) eine Anpassung an die Entwicklung im Shoppingcenter-Markt erreicht werden.

Dem teilweise großflächigen Leerstand von Einzelhandelsimmobilien stehen derzeit nur ca. 1,5 % Büroflächen für Unternehmen auf dem Berliner Markt zur Anmietung zur Verfügung. Hier setzen die nachfolgenden Beispiele an, die für die deutsche Hauptstadt exemplarisch veranschaulichen sollen, welche Möglichkeiten der Umnutzung bestehen.

Forum Steglitz

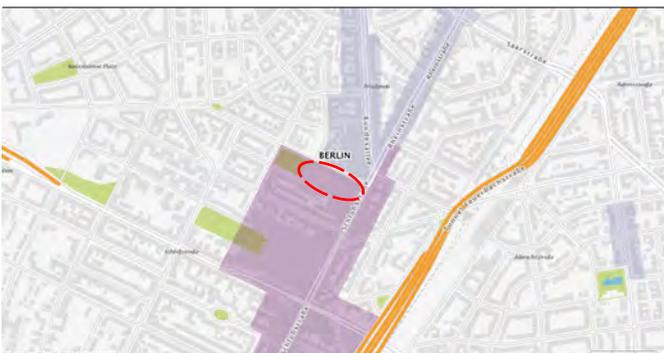


Allgemeine Angaben

Adresse	Schloßstraße 1, 12163 Berlin
Investor/Entwickler	Real I. S. AG/Real I. S. AG
Typ	Nutzungsmischung
Ehem. Nutzung(en)	Einzelhandel (ca. 32.000 qm GLA)
Neue Nutzung(en)	Einzelhandel (20.000 qm GLA) Büro (11.000 qm MFG)
Status	in Bau
Fertigstellung	2020/2021
Leerstand Büro (rd.)	4.400 qm MFG/40 %

Hintergrund Das „Forum Steglitz“ wurde 1970 eröffnet und zählte zu den ersten Shopping Centern in Deutschland. In den Jahren 2005 bis 2007 wurde das Center einer Modernisierung unterzogen. Durch die Eröffnung des „Schloss-Straßen-Center“ im Jahr 2007 hat das Forum einen weiteren Konkurrent in der unmittelbaren Umgebung bekommen. Zu dieser Zeit hatte das Haus bereits mit Leerständen zu kämpfen. Insgesamt sind in der Schloßstr. auf einer Länge von 1,4 Kilometern 4 Center zu finden. Damit verfügt die Straße über die höchste Center-Dichte in Berlin.

Status quo 2019 wurde mit dem Umbau des Forums begonnen. So soll das Gebäude zum Nahversorgungszentrum mit EDEKA als Ankermieter umgebaut werden. Zudem wird der Nutzermix überarbeitet. Am Gebäude selbst soll der Innenbereich und die Außenfassade mit einem offenem Design versehen werden. Des Weiteren entstehen im 2. und 3. OG auf ehem. Einzelhandelsflächen variable Büroräume. 60 % der Flächen sind bereits vermietet (u. a. an HiSolutions).



Up! (ehem. Galeria Kaufhof)

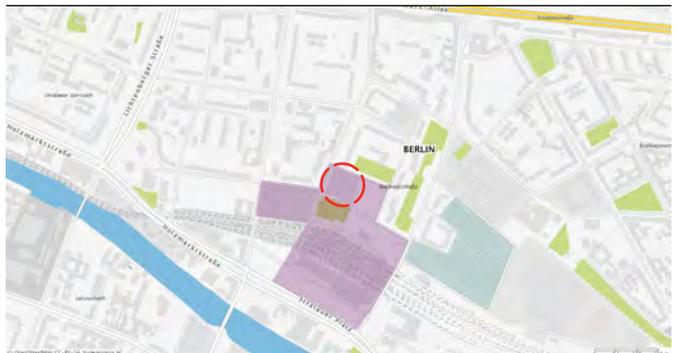


Allgemeine Angaben

Adresse	Koppenstraße 8, 10243 Berlin
Investor/Entwickler	DWS International GmbH/Signa Develop.
Typ	Umnutzung
Ehem. Nutzung(en)	Einzelhandel (22.000 qm GLA)
Neue Nutzung(en)	Büro (42.000 qm MFG) Einzelhandel/Gastronomie (6.000 qm GLA)
Status	in Bau
Fertigstellung	2020
Leerstand Büro (rd.)	0 qm MFG/0 %

Hintergrund Das in den Jahren 1977 bis 1979 errichtete Gebäude in Friedrichshain gehörte in der DDR zur Warenhauskette „Centrum“. Nach der Wiedervereinigung übernahm Hertie das Gebäude bevor Galeria Kaufhof bis Mitte 2017 ansässig war. Das Unternehmen konnte jedoch auf der Fläche von 14.000 qm eine wirtschaftliche Nutzung nicht mehr realisieren.

Status quo Der ehemalige Galeria Kaufhof wird derzeit zu einem Büro- und Geschäftshaus umgebaut. Dabei sind die Büroflächen bereits komplett an den Onlinehändler Zalando vermietet. Dieser möchte am Ufer der Spree eine weitere neue Firmenzentrale für ca. 2.700 Mitarbeiter errichten. Weiterhin werden aufgrund der Umfeldstrukturen im Gebäude noch Einzelhandels- und Gastronomieflächen im Erdgeschoss entstehen.



101 Neukölln (ehem. Karstadt)



Allgemeine Angaben

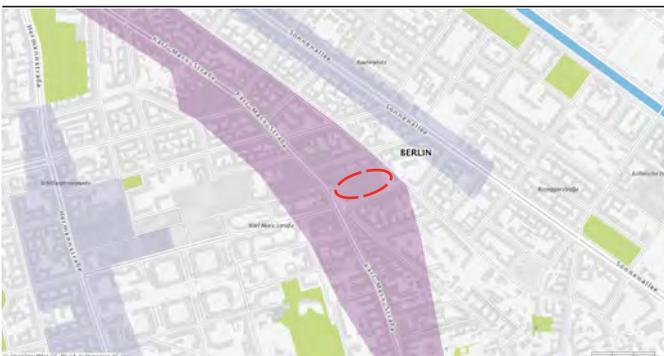
Adresse	Karl-Marx-Straße 101-105, 12043 Berlin
Investor/Entwickler	S Immo AG/S Immo AG
Typ	Umnutzung
Ehem. Nutzung(en)	Einzelhandel (k. A.) Gebäudefläche (22.000 qm)
Neue Nutzung(en)	Büro (13.000 qm MFG) Handel/Fitness/Gastronomie (9.000 qm GLA)
Status	Planung
Fertigstellung	2021/2022
Leerstand Büro (rd.)	13.000 qm MFG/100 %

Hintergrund

Das im Jahre 1970 errichtete Objekt eines Warenhauses mit Hochgarage in Neukölln war Sitz des Quelle-/SinnLeffers-Kaufhauses. Eine Renovierung und der Umbau des Gebäudes erfolgten 1993. 2001 wurde SinnLeffers von Karstadt übernommen. Nach der Insolvenz von Karstadt wurde das Haus als eines der ersten geschlossen. Derzeit stehen rund 60 % des Gebäudes zur Vermietung. Die weiteren Flächen werden aktuell noch von einem Karstadt-Schnäppchencenter genutzt.

Status quo

Das Gebäude und Parkhaus sollen in den kommenden Jahren einen vollständigen Umbau zu einem Büro- und Gewerbecomplex mit Gastronomie und Fitness erfahren. Dabei wird die Kubatur durch Ausbauten und die Außenfassade verändert. Insgesamt soll das Objekt im Sanierungsgebiet Karl-Marx-Straße/Sonnenallee als Schlüsselimmobilie fungieren und ein Meilenstein in der Quartiersentwicklung vor Ort sein.



Gorkistraße (Fußgängerzone)



Allgemeine Angaben

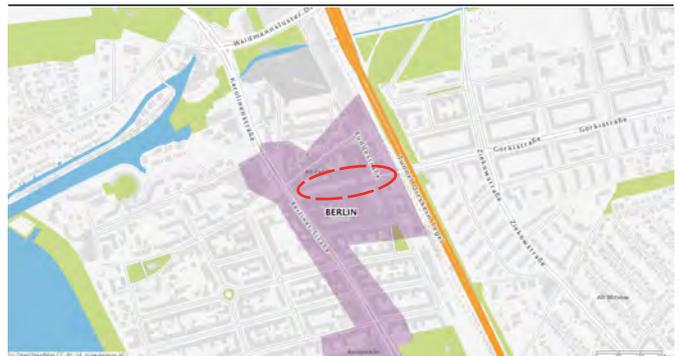
Adresse	Gorkistraße, 13507 Berlin
Investor/Entwickler	High Gain House Investments (HGHI)/HGHI
Typ	Nutzungsmischung
Ehem. Nutzung(en)	u. a. Einzelhandel 30.000 qm GLA
Neue Nutzung(en)	Einzelhandel (50.000 qm GLA) Büro (12.000 qm MFG)
Status	in Bau
Fertigstellung	2019
Leerstand Büro (rd.)	7.500 qm MFG/60 %

Hintergrund

Die Geschichte der Gorkistraße begann um 1908, als hier ein privater Wochenmarkt errichtet wurde. Im weiteren Verlauf blühten der Markt und die Straße – nach dem Ersten Weltkrieg – deutlich auf. Seit der Schließung von Hertie – im Jahre 2009 – ist die 250 Meter umfassende Fußgängerzone von Leerständen und „Billigketten“ geprägt.

Status quo

Die Modernisierung und Erweiterung einer kompletten Straße zählt deutschlandweit zu den ersten Entwicklungen dieser Art. Dabei wird bis Ende 2019 die Gorkistraße inkl. Tegel-Center und Markthalle für ca. 250 Mio. Euro von HGHI umgestaltet. Karstadt wird auf einer Fläche von 9.000 qm der Ankermieter. Durch das Konzept eines digitalen Warenhauses versucht das Unternehmen dem Wandel im Handel zu begegnen. Auch die traditionsreiche Markthalle soll neu gestaltet werden. Insgesamt soll den Besuchern eine neue Shopping- und Erlebniswelt mit einem Angebotsmix aus Mode, Gastro und Elektronik sowie Dienstleistungen und Büro geboten werden.



(Weiter)Entwicklungsmöglichkeiten von Einzelhandelsflächen

Der Aufschwung im Onlinehandel und die neuen Anforderungen der Kunden verändern die Einzelhandelslandschaft derzeit erheblich. Diente der Einkauf früher der Versorgung mit Gütern, soll er heute ein Erlebnis sein. Laut Expertenmeinung werden dabei nicht alle Einkaufszentren den „Wandel im Handel“ überleben. Warenhäuser wie Galeria Kaufhof und Karstadt mussten bereits fusionieren, um weiterhin am Markt bestehen zu können. Andere Anbieter wie Hertie oder Quelle haben ihren Betrieb sogar ganz eingestellt – größere Flächen stehen leer.

Hier ergeben sich nun Anknüpfungspunkte für eine Nutzungsmischung oder Umnutzung. So ist in Shoppingcentern das Thema „Einkaufen und Essen“ mit Food Courts neu interpretiert worden. Auch Sortiments-Cluster – wie im „ALEXA“ – sollen dem Center mehr Erfolg bringen und dem Besucher mehr Orientierung geben. Des Weiteren wird versucht mit Fitness- und Entertainmentangeboten, die Attraktivität der Center zu erhöhen, denn wo man sich wohlfühlt, da kauft man auch gerne ein.

In den vorgestellten Praxisbeispielen aus Berlin wurden vor allem zwei Möglichkeiten genutzt, um dem Wandel im Handel zu begegnen:

- **Nutzungsmischung:** Die Einzelhandelsflächen bleiben im Objekt erhalten. Diese werden entweder reduziert („Forum Steglitz“) oder in Ausnahmefällen sogar erweitert und erneuert (Gorkistraße). Dabei müssen nicht immer klassische Büroflächen entstehen. Der Trend geht bspw. hinzu Coworking-Spaces. Weiterhin können ergänzende Nutzungen hinzukommen (Gastronomie/Freizeit).
- **Umnutzung:** Die Handelsflächen werden einer neuen Nutzung – Büro – zugeführt („Up!“; „101 Neukölln“). Handel oder Gastronomie können als ergänzende Nutzung (bspw. im Erdgeschoss) integriert werden.

Über die Marktberichte

Die Berliner Sparkasse hat sich am regionalen Immobilienfinanzierungsmarkt als einer der größten Marktteilnehmer positioniert und verzeichnet starke Zuwachsraten. Sie bietet maßgeschneiderte Finanzierungsmodelle in einem der dynamischsten Immobilienmärkte Europas. Um ihre Geschäftspartner und die interessierte Öffentlichkeit zu informieren, wird in Zusammenarbeit mit bulwiengesa der

Impressum

Berliner Sparkasse
Gewerbliche Immobilienfinanzierung
Tel.: 030/869 589 50
www.berliner-sparkasse.de/if

Fotos: bulwiengesa

Die vorgestellten Ansätze aus der Praxis stellen Möglichkeiten dar, um dem Leerstand von Einzelhandelsflächen zu begegnen. Doch es gibt auch Grenzen. So gibt Marcus Buder⁶ zu bedenken, dass „nicht jede Einzelhandelsfläche als klassischer Büroarbeitsplatz [geeignet ist], zumindest nicht ohne umfangreiche Umbaumaßnahmen, Raumaufteilung, Gebäudetiefe und Tageslichteinfall“.

Des Weiteren gilt: Was in der aktuellen Marktlage in Berlin möglich ist, dass kann in kleineren Städten Probleme hervorrufen, da durch die Umnutzung von Flächen in Shoppingcentern enorme Potenziale entstehen, die vom regionalen Büromarkt nicht absorbiert werden können.

Die Integration von Büroflächen in Einkaufszentren könnte in Deutschland noch eine neue Dimension erreichen, wie Marcus Buder in der Debatte ergänzt. Würde man den Blick über den bekannten „Tellerrand“ wagen, dann kann man einiges von den Konzernen im Silicon Valley lernen. So stellt Google oder Facebook den Mitarbeitern neben kreativen Arbeitsplätzen auch Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote sowie soziale Infrastruktur zur Verfügung. Die Mitarbeiter können auf dem Campus neben Möglichkeiten zur Versorgung (Supermarkt) und Erholung (Swimmingpools) auch Fitnessangebote sowie Ärzte und Dienstleister (Friseur) vorfinden.

Fazit

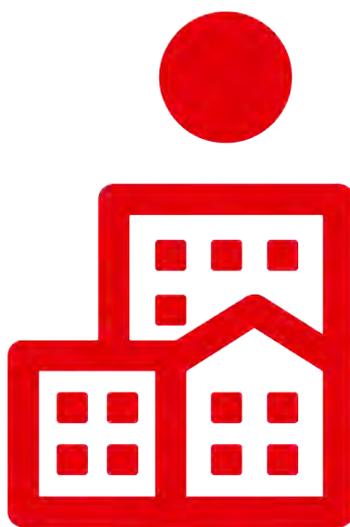
Die derzeit vorhandenen größeren Leerstände im Einzelhandel bedürfen den Mut, kreative Lösungsansätze auszuprobieren. So können am Ende Vorteile für beide Seiten entstehen. Der Vermieter der Handelsflächen kann – anstatt den Leerstand zu verwalten – Einnahmen generieren. Andererseits können Arbeitgeber, die diese Flächen nutzen, ihren Mitarbeitern neben attraktiven Flächen auch kurze Wege für Erledigungen oder die Mittags- und Kaffeepause bieten. Der „Wandel im Handel“ kann also für alle eine „Win-win-Situation“ werden.

6

Marcus Buder ist Leiter für den Geschäftsbereich Gewerbliche Immobilienfinanzierung bei der Berliner Sparkasse. Er hat im Handelsimmobilien Report einen Artikel zum Berliner Einzelhandelsmarkt verfasst – „Das Prinzip der Silicon-Valley-Zentralen umdrehen“ (Stand: 19.07.2019).

Berliner Gewerbeimmobilienmarkt regelmäßig näher beleuchtet. Im Fokus stehen Standorte oder Marktsegmente, über die üblicherweise weniger oder nicht in diesem Detaillierungsgrad berichtet wird, die aber dennoch einen bedeutenden Anteil am Berliner Gewerbeimmobilienmarkt haben.

bulwiengesa AG
Wallstraße 61
10179 Berlin
+49 30 278768-0



[berliner-sparkasse.de](https://www.berliner-sparkasse.de)