

Eine neue Studie „European Shopping Centre Development Report“ von Cushman & Wakefield bestätigt im Wesentlichen, dass die Shoppingtempel europaweit ähnlich ‚ticken‘ wie jene in Österreich. Demnach setzen die EKZ-Betreiber in Sachen Kundenfrequenzsteigerung zusehends auf den Ausbau der *Gastronomie- und Freizeitangebote*. Auf der grünen Wiese wachsen indes nur mehr vereinzelt Shoppingmalls – wenn überhaupt, dann kommen sie neu in der Citylage. Spar European Shopping Centers CEO Marcus Wild dazu: „Als Erfolgsfaktor in der Branche verorten wir eine starke regionale Verankerung der Center – und das vor allem innerstädtisch.“ Dementsprechend liegen auch 95 Prozent der SES Center in Stadtgebieten.

**4,5 Mio. Quadratmeter mehr**  
Laut Cushman & Wakefield belief sich der Gesamtflächenbestand in Einkaufszentren in Europa Anfang dieses Jahres auf 159,4 Mio. Quadratmeter; der Anteil in Westeuropa beträgt 108,6 Mio. Quadratmeter, und in Mittel- und Osteuropa sind es 50,8 Mio. Quadratmeter. In der Gesamtflächenbetrachtung gab es in 2016 versus 2015 eine moderate Steigerung, nämlich um 4,5 Mio. Quadratmeter.

Eher unerwartet: Trotz Embargo und Imponderabilitäten, die effektiv zur Einstellung von Projekten geführt haben, war ausgerechnet *Russland* der aktivste Markt in Europa: Mit einem Flächenzuwachs von 863.000 Quadratmetern im zweiten Halbjahr wurden mehr Flächen dem Bestand hinzugefügt als in Polen, Frankreich und der Türkei zusammen (748.000 Quadratmeter). Für die kommenden zwei Jahre rechnet man nun (hochgerechnet durch bereits

bewilligte EKZs) mit einem Neubaufächenzuwachs von rund 6,8 Mio. Quadratmetern.

Die leichte Lähmungserscheinung in dieser immer noch dynamisch wirkenden Entwicklung betrifft Westeuropa. Hier sind die Märkte gesättigt, und die Bewilligungsverfahren streng. In Österreich schiebt die Raumordnung neuen Projekten einen mittlerweile gediegenen Riegel vor.

Da hat sich in den letzten beiden Jahrzehnten einiges getan: War es damals noch möglich, mit Trickserien oder offenkundigem Vorbeimanövrieren an Raumordnungsparametern zu agieren, um dann nachträgliche Bewilligungen aufgrund von geschaffenen Fakten/Malls einzuholen oder abzuändern, hat sich hier das Gesetzesbewusstsein stark verändert. Die Schattenseite hievon: Seit der Finanzkrise hinkt Westeuropa Mittel- und Osteuropa in Bezug auf den Neubaufächenzuwachs hinterher.

#### Wende in Westeuropa?

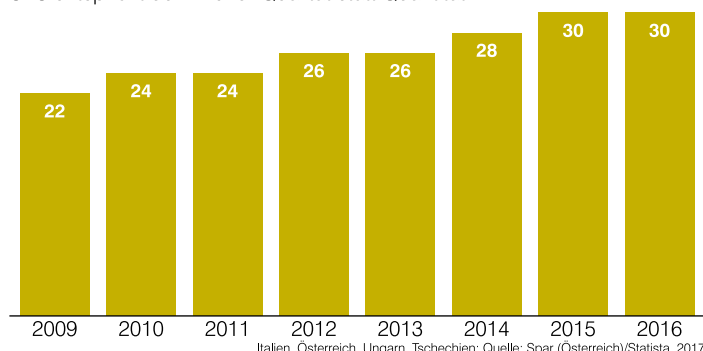
Dieser Trend wird sich fortsetzen. Cushman & Wakefield geht jedoch davon aus, dass Westeuropa im Jahr 2018 seine Spitzenposition wieder einnehmen wird. Wieso? Justin Taylor, Head of EMEA Retail bei Cushman & Wakefield: „Das Hauptaugenmerk der Entwicklungstätigkeit liegt zunehmend auf neuen Konzepten mit einem starken Fokus auf die Gastronomie sowie Freizeit und Unterhaltung, um die Kundenfrequenz, die Aufenthaltsdauer und die Konsumausgaben zu steigern.“ Sprich: Die Zuversicht resultiert daraus, dass sich Shoppingtempel hierzulande schnell und effektiv in Richtung Entertainment entwickeln.

Frankreich ist in dieser Angelegenheit der aktivste Markt in Westeuropa, hat sozusagen die am besten gefüllte Pipe-

## Anzahl der SES-Standorte

### Europa in den Jahren 2009–2016

SES entspricht dem Trend: Qualität statt Quantität



## Quo vadis Shoppingtempel?

### EKZ-Trends

Die Shopping Malls setzen mehr auf qualitative als auf quantitative Expansion – nicht zuletzt, weil ihnen die bewilligbaren Flächen ausgehen. In Westeuropa haben Frankreich und Großbritannien in Sachen neue Flächen die Nase vorn; in Osteuropa hat die Türkei das stärkste Entwicklungspotenzial.

### Cushman & Wakefield

Cushman & Wakefield ist ein globales Immobilienberatungsunternehmen. 45.000 Mitarbeiter in über 70 Ländern stehen für einen Erlös von sechs Mrd. USD in den Bereichen Office Agency, Retail Agency, Asset Services, Capital Markets, Global Occupier Services, Project & Development Services, Tenant Representation u.a.

line: Über 931.000 Quadratmeter werden 2017/2018 auf den Markt kommen. Davon entfallen ca. 56 Prozent auf die wichtigsten Städte Paris, Marseille, Lille und Lyon. In Großbritannien befinden sich ca. 438.000 Quadratmeter neue Flächen im Bau, die 2017/18 fertiggestellt werden; dies ist die zweitgrößte Entwicklungspipeline.

Die Investitionsvolumina bei westeuropäischen Einkaufszentren sind stark rückläufig. Das Transaktionsvolumen im ersten Halbjahr 2016 lag bei lediglich 9,3 Mrd. Euro, was einem Rückgang von 40 Prozent im Jahresvergleich entspricht. Die Investitionstätigkeit verbesserte sich im zweiten Halbjahr 2016 mit einem Transaktionsvolumen von 11,1 Mrd. Euro. Das ist aber immer noch ein Rückgang von

8,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Insgesamt wurden im Jahr 2016 im Investmentmarkt für Einkaufszentren in Westeuropa 20,4 Mrd. Euro investiert.

### Mittel- und Osteuropa

Tendenziell gut schaut es indes in Blickrichtung Osten aus: Die Türkei hat mit 1,55 Mio. Quadratmetern das stärkste Entwicklungspotenzial in Europa für 2017/18, und Russland trägt mit 1,46 Mio. Quadratmetern zu der zweithöchsten Entwicklungspipeline in Mittel- und Osteuropa bei; auf Rang drei liegt Polen mit 546.000 Quadratmetern.

Im Jahresvergleich gingen die Investitionen in Einkaufszentren in Mittel- und Osteuropa um über 30 Prozent auf 3,8 Mrd. Euro im Jahr 2016 zurück.