

ImmobilienReport

Metropolregion Rhein-Neckar



Ausgabe 1

www.immobilienreport-rhein-neckar.de

1. Oktober 2008



Liebe Leserin,
lieber Leser,

dies ist die erste Ausgabe des ImmobilienReports Metropolregion Rhein-Neckar – und viele weitere werden folgen. Wir haben uns zur Aufgabe gemacht, Sie, die Leserinnen und Leser, zu informieren, Hintergründe zu beleuchten und zu erläutern, die Branche zu vernetzen und zu verlinken und den Fachleuten und Interessierten im Bereich Immobilien ein Sprachrohr zu bieten. Der ImmobilienReport Metropolregion Rhein-Neckar berichtet unter anderem über die Immobilienmärkte und deren Entwicklung, über Projekte und Veranstaltungen, über Marktteilnehmer und die Wirtschaftsförderung in der Metropolregion, über Infrastruktur und Tourismus.

Viel Spaß beim Lesen!

- Hartmut Suckow -

Die Metropolregion auf der EXPO REAL 2008: Kompetenz zeigen – Energie tanken

Zum siebten Mal präsentiert sich die Metropolregion Rhein-Neckar auf Deutschlands größter Immobilienfachmesse EXPO REAL in München. Alles andere als ein "verflixtes siebtes Jahr".

Denn die Region zeigt sich dem Fachpublikum dort vom 6. bis 8. Oktober 2008 im weiteren Aufwind: ein größerer Stand (Halle C1, Stand 130) und noch mehr Partner als im Vorjahr. Dazu die Kernkompetenzen geschärft und zugespitzt: Demonstrierte bereits der letztjährige Auftritt eine Vorreiterrolle beim Zukunftsthema Nachhaltigkeit, so ist in diesem Jahr alles auf die Positionierung als "Region der Energieeffizienz" zugeschnitten.

Über Zielsetzungen und Erwartungen der Region an die EXPO REAL sprach der ImmobilienReport mit Wolf-Rainer Lowack, Geschäftsführer der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH, und Stefan Huber, bei der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH zuständig für den Bereich Immobilienmarkt.

Lesen Sie weiter auf Seite 2

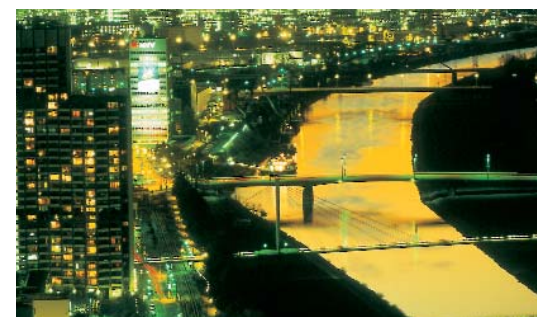
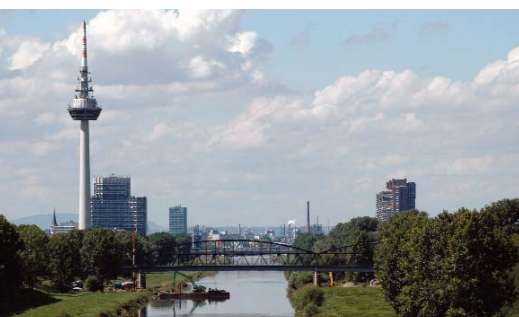
In den Mittelzentren wird investiert: Die Mischung macht's

Wer nicht in die Großstadt fahren mag, kann in der Metropolregion Rhein-Neckar immer besser einkaufen. Die mittleren Städte der Region stärken sich - in großen Projekten versuchen sie, neben der kleinteiligen Struktur genügend große Flächen anzubieten. Dadurch entsteht eine Mischung aus Überschaubar-

keit, Gemütlichkeit und großstädtisch wirkenden Galerien, mit der die kleineren Kommunen Einkaufswillige abwerben wollen.

Anbieter entdecken Schwetzingen

Bisher war Schwetzingen stark von inhabergeführten Geschäften geprägt, das ändert sich jedoch zurzeit, teilt Wolfgang Leberecht mit. *Fortsetzung Seite 4*



Metropolregion Rhein-Neckar

Die Metropolregion auf der EXPO REAL 2008

Welche Bedeutung hat die EXPO REAL für die Metropolregion und ihre Position in der Immobilienwirtschaft?

Lowack: Unser Stand auf der EXPO REAL ist ein wichtiges Instrument innerhalb des Standort-Marketings. Es ist eine hervorragende Gelegenheit, die Region mit ihren Stärken im Immobilienbereich vorzustellen. Dass wir uns dem Markt deutlich sichtbar präsentieren, zeigen zwei Zahlen. Wir haben unseren Messestand um 50 Prozent auf jetzt 320 Quadratmeter erweitert. Und es sind 18 Partner aus der Region, die dieses Mal mit machen; also auch hier eine Steigerung um 50 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Wir sehen uns damit klar auf Augenhöhe mit den großen Zentren des Immobilienmarkts in Deutschland.

Unser Auftritt auf der EXPO REAL macht aber auch eines deutlich: Es ist uns in kurzer Zeit gelungen, mit allen wichtigen Partnern aus Unternehmen, Kommunen und Verbänden einen Schulterschluss herzustellen. Das ist uns wichtig, dies dem internationalen Publikum auf der Messe zu demonstrieren.

Dies ist die Wirkung nach außen. Wie sieht es mit der Wirkung eines solchen Auftritts nach innen, in die Region, aus?

Lowack: Es ist unzweifelhaft auch ein Kristallisationspunkt des Austausches, ein Stück Identität der Region. Etwa, wenn sich dort - wie jedes Jahr - alle Oberbürgermeister der wichtigen Städte



Wolf-Rainer Lowack, Geschäftsführer der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH, Pressereferent Frank Lesche, Stefan Huber, bei der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH zuständig für den Bereich Immobilienmarkt und Michael Tschugg (von links)

und Gemeinden der Region auf dem Stand treffen.

Huber: Dabei ist die EXPO REAL jedoch nur ein Ereignis, wenn auch das herausragendste. Aber wir haben überdies den „Immobilien-Dialog“ ins Leben gerufen, der die Akteure aus der Region regelmäßig zusammen bringt. Unser jährlicher Immobilienmarktbericht, den wir zur Messe aktuell vorstellen, schafft nicht nur Transparenz nach außen, sondern wirkt auch nach innen. Dasselbe gilt auch für unsere Investoren-Plattform www.standorte-rhein-neckar.de.

Es fällt auf, dass sich die Region stark dem Thema "Nachhaltigkeit" zuwendet. Das war im Vorjahr schon so, in diesem Jahr wohl noch ausgeprägter?

Huber: Es ist in der Tat so, dass wir in

diesem Jahr einen starken thematischen Fokus auf das Thema „Energie und Umwelt“ legen. Wir präsentieren uns als „Region der Energieeffizienz“. Damit zeigen wir aber auch, welche Bedeutung des Mega-Thema Nachhaltigkeit für die Region hat.

Lowack: Diese Bedeutung wird im Übrigen noch zunehmen. Unser Ziel ist es, auch für diesen Bereich ein effizientes Clustermanagement aufzubauen. Das wollen wir auf der EXPO REAL deutlich machen. Und wir haben Großes vor! Wir werden uns damit auch am Clusterwettbewerb des Landes Baden-Württemberg beteiligen.

Welche Besonderheiten hat die Metropolregion Rhein-Neckar vorzuweisen, die Sie so optimistisch machen?

Metropolregion Rhein-Neckar

Lowack: Wir haben schon vor einem Jahr vom Steinbeis-Institut eine Analyse durchführen lassen, um festzustellen, wo die Region ihre besonderen Stärken hat. Neben der Biotechnologie, die als Cluster bereits hervorragend vom BioRegion RND e.V. gemanagt wird und ja kürzlich im Spitzenclusterwettbewerb erfolgreich war, wurde der Bereich „Energie und Umwelt“ identifiziert. Hier haben wir in der Region Substanz, die wir deutlich herausheben wollen.



Wolf-Rainer Lowack, Geschäftsführer der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH,

So werden wir ein Auftrags- und Projektbüro etablieren, dass die Akteure in diesem Marktfeld zusammen bringen soll, um mit geballter Kraft an internationalen Ausschreibungen teilzunehmen und Aufträge in die Region zu holen. Ein erstes Beispiel kann die Region schon jetzt vorweisen: Für die Ausschreibung der russischen Großstadt Ulan-Ude in Sibirien

zur Sanierung und Verbesserung der Energieeffizienz von Wohnungsbauten haben wir Partner aus der Metropolregion an einen Tisch geholt und ein gemeinsames Angebot abgegeben.

Huber: Aber auch hier vor Ort treten wir schon lange den Beweis an, um uns zu Recht als „Region der Energieeffizienz“ zu präsentieren. An Rhein und Neckar standen schon Passivhäuser, als andere Regionen noch nicht einmal wussten, wie man Green Building buchstabiert. Wir können hier auf Weltinnovationen und Vorzeigebauwerke verweisen, was wir in München auch offensiv tun werden.

Was erwartet den Besucher am Stand der Metropolregion auf der EXPO REAL?

Huber: Wir haben am 6. und am 7. Oktober jeweils Diskussionsrunden, die mit Top-Referenten besetzt sind, so z.B. den renommierten Architekten Prof. Albert Speer oder die Oberbürgermeister von Heidelberg und Ludwigshafen, um nur diese nennen. Auch mit Jens Friedemann von der FAZ konnten wir einen bekannten Journalisten als Moderator gewinnen.

Damit den Besuchern bei dem Programm nicht die Luft weg bleibt und immer genug Energie da ist, haben wir eine Sauerstoff-Bar eingerichtet. Dort kann man im wahrsten Sinne des Wortes Sauerstoff und frische Energie tanken.

Und wenn mit frischen Sauerstoff der Kopf dann klar und aufnahmebereit ist -

was wird der Besucher an Eindrücken und Botschaften vom Stand der Metropolregion auf der EXPO REAL mitnehmen?

Huber: Er wird die Metropolregion Rhein-Neckar als einen Standort erkennen, der durch seine stabile Entwicklung charakterisiert ist. Das bezieht sich durchaus auf solche wesentliche Kennziffern wie Mietpreise und Renditen, die zwar eine geringe Volatilität aufweisen, dadurch aber auch Konstanz, Vertrauen und Transparenz signalisieren. Angesichts der jüngsten Entwicklungen im Immobilienmarkt nicht zu unterschätzende Faktoren. Bekanntheitsgrad ist eben nur eine Seite; die ebenso wichtige andere bilden Transparenz und Glaubwürdigkeit.

Lowack: Dazu gehört auch: die Substanzentwicklung dieser Region steht für uns im Mittelpunkt und die zeigt sich nicht zuletzt in einem funktionierenden Clustermanagement, das ich für die Königsdisziplin der Wirtschaftsförderung halte. Das werden wir weiter fortführen und ausbauen.

Wir danken Ihnen für das Gespräch. Die Fragen stellte Michael Tschugg

Metropolregion Rhein-Neckar

In den Mittelzentren wird investiert

Fortsetzung von Seite 1

Der Leiter des Amtes für Wirtschaftsförderung berichtet, dass seit etwa einem Jahr die Stadt in den Fokus von Marken Anbietern wie Bonita, Street One und anderen mehr rücke. Die Nachfrage nach Flächen ab 150 Quadratmeter aufwärts sei „spürbar“, aber die Wünsche könnten mangels Masse oft nicht bedient werden. Die Stadtverwaltung arbeitet zurzeit am ersten Einzelhandelskonzept für die gesamte Stadt, um künftig über bessere Steuerungsinstrumente zu verfügen. Die Mieten in den Schwetzingen 1-A Lagen liegen zwischen 13 und 16 Euro.

Weinheim will der nahen Konkurrenz trotzen

Die Stadt Weinheim rechnet mit gewerblichen Investitionen von insgesamt 140 Millionen, die in den nächsten zwei bis drei Jahren getätigt werden. Zentrales Projekt im Einzelhandel ist mit rund 30 Millionen Euro die Weinheim-Galerie, die zurzeit in der Innenstadt auf dem Areal im früheren und seit langem leer stehenden Kaufhaus Birkenmeier entsteht. Die Abbrucharbeiten haben begonnen. Ab dem Jahr 2010 stehen dort voraussichtlich rund 9.000 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung. Darüber hinaus hat sich nach Angaben von Manfred Müller-Jehle, Leiter der städtischen Wirtschaftsförderung, in der Innenstadt nach schwächeren Jahren die Mieterstruktur wieder stabilisiert. Die Nachfrage sei gut, die Mieten liegen bei bis zu 40 Euro. Leerstände kommen seit einigen Jahren nicht mehr vor. Weinheim liegt zwar zwi-

schen den starken Konkurrenten Mannheim, Viernheim und Heidelberg, aber „wir arrangieren uns“, erklärt Müller-Jehle und weist auf das „einmalige kleinstädtische Flair des Marktplatzes inmitten der Grünanlagen“ hin.

Aus der alten Post in Speyer wird ein Einkaufszentrum

Mit Spitzenmieten bis zu 70 Euro stärkt sich auch Speyer als Einkaufsstadt. Ein größeres Einkaufszentrum gab es bislang nicht – doch bald kann die Stadt mit der Postgalerie genügend große Flächen anbieten und sich dem Markt stellen. Das Gebäude der ehemaligen Post am Ende der Maximilianstraße wird derzeit umgebaut mit dem Ziel, hier ab Herbst 2009 zwischen 15.000 und 17.000 Quadratmeter Verkaufsfläche zu bieten. Die Stadt hofft, damit insgesamt auch in der gesamten Fußgängerzone die Zahl der Einkaufswilligen deutlich zu erhöhen. Die Nachfrage für Räume in der Maximilianstraße ist hoch, es gibt

Wartelisten, berichtet Birgit Welge, Geschäftsführerin der städtischen Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft. Mit der Projektentwicklung der Postgalerie ist das Stuttgarter Unternehmen Ebner beauftragt.

Am Rand der Region: Landau oder Mosbach

Auch in anderen Mittelzentren der Region ist viel in Bewegung. In Landau wird zurzeit die Ansiedlung einer größeren Einzelhandelsimmobilie diskutiert – mit der Projektentwicklung wurde die Stuttgarter Firma SEPA beauftragt. Es geht um etwa 6.000 Quadratmeter Verkaufsfläche. Darüber hinaus gestaltet sich die Schaffung größerer Geschäftseinheiten besonders für Textilanbieter wegen anderer Interessen der Eigentümer oft schwierig. Mosbach - in den Augen vieler weit abgelegen - verzeichnet einen Kundenzuwachs im Einzelhandel, weil sich technologie- und dienstleistungsorientierte Unternehmen ansiedeln. (ac)



Das Gebäude der ehemaligen Post in Speyer

Metropolregion Rhein-Neckar

Immobilienmarktbericht 2008:

Transparenz schafft Attraktivität

Die dritte Auflage des Immobilienmarktberichtes Metropolregion Rhein-Neckar wird zur EXPO REAL offiziell vorgestellt. Mit ihm erhalten Interessierte ein Kompendium, das den Markt transparent und somit für Investoren attraktiver macht. Der Immobilienmarktbericht 2008 ist ein Gemeinschaftsprodukt regionaler Kooperationspartner und der Metropolregion Rhein-Neckar, er informiert detailliert über die wesentlichen Marktsegmente wie Büro- und Einzelhandelsimmobilien oder Gewerbegrundstücke.

Genereller Anstieg

Der Immobilienmarktbericht 2008 konstatiert eine positive Entwicklung der regionalen Büromärkte, wobei sich bei den Mietpreisen der generelle Aufwärtstrend des Vorjahres fortsetzt. Da sich in den Oberzentren Mannheim, Heidelberg und Ludwigshafen nur noch wenige Großprojekte in der Bauphase befinden, wird sich auch der Bestand an modernen Büroflächen in den nächsten ein bis zwei Jahren kaum verändern.

Bewegung kommt in den Einzelhandel: Nachdem Mannheim seine Position als das Einkaufszentrum Nummer Eins der Metropolregion weiter ausgebaut hat, will auch die Stadt Ludwigshafen ihre regionale Bedeutung stärken. Die Rhein-Galerie der ECE, zu der im Sommer der Grundstein gelegt wurde und die im Herbst 2010 eröffnet werden soll, wird

einen Schub für die Stadtentwicklung und eine Revitalisierung der Flächen am Rheinufer bringen.

Aber auch in den Mittelzentren der Region tut sich laut Immobilienmarktbericht 2008 etwas. So entstehen in Weinheim und Speyer neue innerstädtische Einkaufszentren.

Reges Gewerbe

Die Metropolregion Rhein-Neckar verfügt über eine exzellente Infrastruktur; sie ist an die wichtigsten Verkehrsachsen Europas angebunden. Dementsprechend haben die Gewerbestandorte meist eine hervorragende Lage und können rege Ansiedlungserfolge vermelden. Ob Osterburken oder Neustadt, Speyer oder Walldürn: Der Immobilienmarktbericht 2008 verzeichnet intensive Investitionen im Marktsegment Gewerbegrund-



stücke. Einer der auch überregional herausragenden Neubauten ist sicherlich die Arena in Sinsheim, in der die TSG 1899 Hoffenheim ab kommender Saison spannenden Bundesliga-Fußball präsentieren wird.

Der Immobilienmarktbericht 2008 ist ab sofort auf der Homepage www.m-r-n.com/publikationen gegen eine Schutzgebühr von 10 Euro erhältlich. (suc)



Die zukünftige Rhein-Galerie

Metropolregion Rhein-Neckar

Einzelhandel in den 1-A Geschäftslagen:

Mannheim weit vorn in der Gunst der Käufer

Die drei Großstädte kommen in unterschiedlichem Tempo voran

Mannheim boomt, Ludwigshafen will aufholen und Heidelberg kommt allmählich wieder in Gang - im Einzelhandel haben sich die drei Großstädte der Metropolregion Rhein-Neckar unterschiedlich entwickelt: Nach Zahlen der GfK Geomarketing GmbH nahmen in Mannheim Umsätze und Verkaufsflächen zwischen 2004 und 2007 stark zu. In Ludwigshafen nahm das Angebot an Verkaufsflächen im selben Zeitraum leicht ab, der Umsatz sogar in noch größerem Ausmaß. In Heidelberg ging der Umsatz trotz leichtem Wachstum der Flächen zurück.

Einkaufsparadies oder Einkaufswunder - die Beliebtheit Mannheims als Einkaufsstandort führt zu euphorischen Formulierungen in der Presse. Die Zahlen sprechen für sich: Laut einer Studie des Deutschen Instituts für Urbanistik - in Auftrag gegeben von mehreren Städten - ist der Umsatz des Mannheimer Einzelhandels um fast 40 Prozent höher als im deutschen Durchschnitt. Davon kommen fast 36 Prozent aus dem Umland.

Die Mieten haben in den vergangenen zehn Jahren um mehr als 20 Prozent zugelegt und betragen bis zu 140 Euro pro Quadratmeter. Der Umsatz stieg in Mannheim - anders als in den anderen beiden Großstädten - mit der Zunahme der Verkaufsfläche an.

Mannheim profiliert sich besonders als Mode- und Textilstandort - erkennbar an den jüngsten Großinvestitionen in der Innenstadt. Der regionale Textilhändler Engelhorn baute sein Stammhaus an den Planken um und ergänzte es um einen Neubau, beide Projekte kosteten rund 17,5 Millionen Euro. Noch viel mehr Geld, rund 50 Millionen Euro, gab die Peek & Cloppenburg KG Düsseldorf für den Bau ihres zehnten Weltstadthauses aus. In der Innenstadt trüben keine Billigläden das schöne Bild, stattdessen Juweliersgeschäfte, Filialen für junge Mode, Boutiquen, Läden für Taschen, Parfümerien und ungewöhnlich viele Schuhgeschäfte. Die Stadt unterstützt diese Entwicklung mit einem Bebauungsplan, der die Ansiedlung von Ein-Euro-Shops, Erotikanbieter oder Billig-Telefonläden verbietet. Weitere Einzelhandelszentren finden sich in Mannheim an allen Stadt- ein- und ausfahrten mit Möbelhäusern, Lebensmittel- oder Heimwerkermärkten. Und im ehemaligen Karstadt-Standort in K1 macht sich jetzt die Möbelbranche breit: Es entsteht eine riesige 20.000 Quadratmeter große Filiale der Mömax, die zur Lutz-Gruppe gehört.

Großstadt mit günstigen Mieten

In einer völlig anderen Situation ist Ludwigshafen. Es liegt bei den Mieten mit 29 Euro Spitzenmiete weit hinter den

beiden anderen Großstädten der Region. Die Nachfrage ist jedoch wieder gestiegen. Mit der Rhein-Galerie des Betreibers ECE wird Ludwigshafen dem Nachbarn auf der anderen Rheinseite ein wenig Konkurrenz machen können. Die Stadt will die Entwicklung mit einem Stadtumbauprogramm unterstützen.

Spitzenmieten trotz geringem Umsatzwachstum

Heidelberg hat gegenüber Mannheim in den vergangenen Jahren verloren, stellt der Leiter des Amts für Wirtschaftsförderung Ulrich Jonas nüchtern fest. Wie die GfK ermittelte, stieg der Umsatz hier in den vergangenen Jahren nur geringfügig an und hielt mit der Zunahme an Verkaufsflächen nicht ganz Schritt. Trotzdem werden in der Bestlage in der Hauptstraße immer noch Spitzenmieten von bis zu hundert Euro erreicht - Heidelberg profitiert von seiner Kulisse mit Schloss und Alter Brücke. Insgesamt ist das Angebot zu knapp, erklärt Jonas. Daran etwas zu ändern ist schwierig, denn die Altstadt bietet insgesamt zu wenig Platz, was zu einer Funktionsüberlastung führt. Es drängen sich die geisteswissenschaftlichen Fakultäten der Universität, die allein etwa die Hälfte des Raums einnehmen, inklusive ihrer Studenten und Mitarbeiter. Auch die Bedürfnisse der Nahversorgung von rund

Metropolregion Rhein-Neckar

11.000 Altstadt-Bewohnern wollen erfüllt werden.

Die Stadt will mit einem eben verabschiedeten Innenstadtentwicklungskonzept dagegen wirken. Es sieht vor, dass in einem Areal in der Theaterstraße, wo heute ein Kino untergebracht ist, ein Kaufhaus für einen Textilanbieter mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 8.000 Quadratmeter Platz finden soll. Für den Abschnitt zwischen dem Textilhause Kraus und Theaterstraße sind ein Sporthaus, Spielwarenanbieter und

Elektronik vorgesehen. Die Stadt will damit die schleichende Abwertung der Hauptstraße durch Billigläden stoppen.

(Zu) viele Filialen

In allen deutschen Großstädten nimmt der Anteil von Filialen zu, besonders bei Textilien. So liegt der Grad der Filialisierung in den drei Großstädten der Region nach Angaben des Immobilienverbands Deutschland (IVD) zwischen 70 und 80 Prozent. Dieser Trend ist in zu großem Ausmaß nirgendwo gern gesehen, weil

bei zu viel Einerlei das Flair und der individuelle Charakter leiden.

Ob die Entwicklung aufzuhalten ist, bleibt offen, weil bei hohen Mieten nur Anbieter mit sehr hoher Flächenproduktivität überleben. Dies funktioniert bei Unternehmen am besten, die die komplette Wertschöpfungskette vom Design über Produktion bis zu Vertrieb und Verkauf abdecken und deshalb sehr schnell auf Trends reagieren können. (ac)



Metropolregion Rhein-Neckar

Die Region der Energieeffizienz.

Tanken Sie neue Energie auf der Expo Real in Halle C 1, Stand 130.

Informieren Sie sich schnell und einfach über gewerbliche Flächen und Objekte in der Metropolregion Rhein-Neckar: www.standorte-rhein-neckar.de

Mannheim

Planken: Quo vadis?

Unser Redakteur Michael Tschugg macht sich so seine Gedanken zum aktuellen Ranking von Deutschlands Einkaufsmeilen

Der Schock sitzt. Absturz in die hinteren Ränge. Mannheim nicht mehr in einem Atemzug mit Köln, München, Frankfurt, Hamburg, dagegen abgehängt von Münster, Hagen, Ulm und Trier. Das ist nicht die Zustandsbeschreibung des Fußballs in der Quadratestadt, das ist bittere Wahrheit der aktuellen Passantenfrequenzzählung der Einkaufsmeilen in Deutschland. Die Planken, bislang immer mit auf den Top-Plätzen, schaffte dieses Mal nur einen kümmerlichen 22. Rang. Und niemand hat bislang eine plausible Erklärung für das Desaster. Nein, die rückläufigen Frequenzen der Breiten Strasse, quasi als Zufluss auf die Planken, seien keine Ursache, zumindest nicht in der aktuellen Erhebung, versichert Magnus Danneck, Pressesprecher von Kemper's Jones Lang LaSalle Retail GmbH, deren Marktforschung jährlich die Daten für das Ranking erhebt. Aber, zuckt er mit den Schultern, eine exakte Begründung für den Rückgang der Passantenzahlen habe man derzeit auch nicht.

Vielleicht liegt es ja wirklich an dem Spaßverlust, den die lokalen Medien wie auch der Präsident des Einzelhandelsverbandes Nordbaden, Claus Seppel, unisono beklagen. Tatsächlich: ein angenehmes Erlebnis ist es nicht, Bauzäune, auch den am sehr späten Vormittag

noch reichlich vorhandenen Lieferfahrzeugen und ständig klingelnden Straßenbahnen, deren Fahrer sich nicht so ohne Weiteres dem Umfeld einer Fußgängerzone beugen wollen, auszuweichen.

Andererseits: Sehen es 1-A-Adressen wie Engelhorn und Weltstadthäuser wie Peek & Cloppenburg ohnehin nicht lieber, wenn sich die Kundschaft zügig dem Einkaufsgenuss zuwendet und sich vom „Hürdenlauf“ auf den Planken beim angenehmen Erlebnis-Shopping in ihren Häusern erholt, anstatt gemütlich zum Schaufenster-Bummel durch die Fußgängerzone zu schlendern?

Aber Halt! Süffisant wegparlieren kann und darf man das Ergebnis von Kemper's nicht. Das Ziel ist von nun an klar gesetzt: aus dem unteren Drittel des Rankings wieder in das vordere vorstoßen!

Die Rahmenbedingungen dafür werden jedoch immer schwieriger. So kann die Situation der Planken nicht ohne einen zusätzlichen Blick auf die Kurpfalzstrasse/Breite Straße gesehen werden. Karstadt und das seit Jahren vor sich hin siechende ehemalige Prinz-Gebäude sind symptomatisch. Marc Alfken, Leiter Vermietung bei Kemper's Jones Lang LaSalle in Frankfurt stellt daher auch unmissverständlich fest: „Die Zukunftsaussichten am unteren Ende der Kurpfalzstraße zwischen Marktplatz und Karstadt sind offen. Hier hat besonders die zukünftige Nutzung des Karstadt-Hauses entscheidende Bedeutung für die Entwicklung der Lage.“ Und er fügt eher

skeptisch hinzu: „Angesichts der aktuellen Diskussion um die zukünftige Nutzung als Möbelhaus muss abgewartet werden, ob die erhoffte Attraktivitätssteigerung tatsächlich gelingt.“

Für die Planken, über deren Neugestaltung sich aktuell fast 50 Architekten- und Planerteams die Köpfe zerbrechen - Vorschläge waren bis Ende September einzureichen -, ergeben sich überdies neue Aufgabenstellungen. Kaum vorstellbar etwa, dass die fusionierenden Geldinstitute Commerzbank und Dresdner Bank ihre Gebäude entsprechend weiter nutzen. Leerstand oder eben weitere Bauzäune und Beeinträchtigungen sind also vorprogrammiert.

Alfken bleibt dennoch zuversichtlich: „Mannheim besticht vor allem durch seine hohe Attraktivität als Fashion- und Textilstandort.“ Er verweist auf weitere Kriterien, die die Top-Qualität von Standorten ausmachen, wie etwa Mietpreisniveau und Investitionsnachfrage durch institutionelle Investoren. Hier spiele Mannheim nach wie vor unter den Top Ten. „Insgesamt“, stellt Alfken fest, „sehen wir Mannheim nach Frankfurt als zweitstärkste Stadt im Rhein-Main-Neckar-Gebiet. Die Stadt ist nach wie vor für führende Einzelhandelsunternehmen ein Muß-Standort.“

Das hört der Mannheimer dann gerne. Und ganz nach seiner Art nimmt er mit Freude zur Kenntnis, dass „Mannem“ doch vorne und die Bundeshauptstadt „hinne“ ist: Die Flaniermeile der Berliner, den Kurfürstendamm, hat Mannheim im Ranking klar hinter sich gelassen.

kurz & fündig

Mosbach Nachdem die Baugenehmigung im April dieses Jahres erteilt wurde, konnte jetzt mit dem Bau des Fachmarktzentums „Majolika“ in Mosbach begonnen werden. Bauherr des 14 Millionen Euro Komplexes ist die Olymp Theta Investitions- und Beteiligungsgesellschaft, Projektentwickler die GIS Grundinvest Süd, beide aus Offenburg. „Majolika“, dessen Fertigstellung für Oktober 2009 geplant ist und dessen Nutzungskonzept gemeinsam mit der örtlichen Architektengemeinschaft Majolikacenter erarbeitet wurde, bietet bei einer Grundstücksgröße von 14.800 Quadratmetern 8.800 Quadratmeter Einzelhandelsfläche. Als Ankermieter zeichnen ein ZG-Raiffeisenmarkt mit Gartencenter sowie ein ZG-Technikmarkt. Ergänzt wird der Branchenmix durch: Netto Lebensmittel, Takko Textil, TEDI Non-Food, Schlecker Drogerie sowie Fitnesscenter, Handyshop, Friseur und Büro- und Praxisräume. Generalunternehmer ist Implenia Bau aus Rümmingen. Das Projekt wird aus dem Landessanierungsprogramm „zur städtebaulichen Erneuerung und Entwicklung“ gefördert. Das bewilligte Fördervolumen beträgt zwei Millionen Euro; der Stadt verbleiben 800.000 Euro Eigenanteil. (suc)

Landau Der aktuelle Trend zu kleinen innerstädtischen Einkaufszentren macht auch vor Landau nicht halt. Hier beschäftigt man sich gedanklich mit einem rund 6.000 Quadratmeter großen Komplex, den der Stuttgarter SEPA realisieren könnte. Als Ankermieter macht sich H & M Gedanken über die modische Bekleidung der südpfälzischen Bevölkerung. (suc)

Majolika Fachmärkte Mosbach



Neustadt In Neustadt zeigen die Hamburger Projektentwickler der ECE Interesse an einem innerstädtischen Center in der Größenordnung zwischen 5.000 und 7.000 Quadratmetern. Im Falle einer Realisierung dürfte der Branchenmix ähnlich den anderen, allerdings größeren ECE-Centren in der Metropolregion Rhein-Neckar ausfallen - siehe Rathaus-Center Ludwigshafen oder Rhein-Neckar-Zentrum Viernheim. Daneben verhandelt(e) Hertie mit der Stadt Neustadt über 7.800 Quadratmeter neue Verkaufsfläche. Da allerdings die ECE Interesse an der Übernahme einiger Filialen des seit Ende Juli insolventen Warenhauskonzerns angemeldet hat, könnten sich eventuell neue Perspektiven ergeben. Denn wer sagt denn, dass die zu übernehmenden Filialen bereits realisiert sein müssen... (suc)

Ludwigshafen Die Union Investment Real Estate AG hat bereits im Juni die Projektentwicklung des Shoppingcenters Rhein-Galerie in Ludwigshafen mit einem Investitionsanteil von rund 210 Millionen Euro für ihren Offenen Im-

mobiliensfonds Unilmmo: Deutschland erworben. Verkäufer des Shoppingcenters mit rund 30.000 Quadratmetern Verkaufsfläche zuzüglich Gastronomie und Dienstleistungen sowie 1.300 Parkplätzen ist die ECE, die die Rhein-Galerie langfristig betreiben wird.

Bei dem Ankauf handelt es sich um einen Gesellschaftererwerb. Union Investment hat 94,9 Prozent der Anteile an der Rhein-Galerie übernommen - 5,1 Prozent der Anteile verbleiben bei der ECE. Das Gesamtinvestitionsvolumen des Projektes, das im Herbst 2010 fertig gestellt sein soll, beläuft sich auf etwa 220 Millionen Euro. (PI)

Ludwigshafen Die Westfonds Immobilien Anlagegesellschaft hat das Bürohochhaus „Hemshof-Center“ an der Dessauer Str. 59 in Ludwigshafen, das zuvor zum Badischen Immobilienfonds 15S gehörte, an die neu gegründete Rhein Tower Ludwigshafen-Gesellschaft verkauft. Das heute leer stehende, 88 Meter hohe Gebäude war noch bis Ende vergangenen Jahres an die BASF vermietet und verfügt über rund 19.000 Quadratmeter Nutzfläche. (PI)

kurz & fündig

Mannheim Lagerflächen, Büros Produktionsflächen, Konferenzräume und eine exklusive Villa: Der über 100.000 Quadratmeter große Sirius Business Park in Mannheim hat einiges zu bieten. So die Jugendstilvilla mit 13 Zimmern am Eingang des Business Parks: Ein Kaminzimmer, vier Meter hohe Decken mit Stuck, Parkettfußboden und ein Garten bieten außergewöhnliche Arbeitsbedingungen. Die Büroflächen mit einer Gesamtgröße von 14.425 Quadratmetern kann man dank der flexiblen Raumlösungen in verschiedensten Größen mieten.



Auch die 52.800 Quadratmeter Lager- und Produktionsflächen in der Carl-Reuther-Straße sind in den unterschiedlichsten Größen vorhanden. Diese Flächen sind größtenteils ebenerdig zu erreichen. Sirius Facilities verwaltet das Grundstück im Auftrag der Eigentümerin Sirius Mannheim B.V.

Die Werbeagentur trio-group communication & marketing hat 2.000 Quadratmeter Bürofläche im Sirius Business Park Mannheim von Sirius Facilities gemietet. Der Bezug der Fläche in der Carl-Reuther-Straße 1 ist für den Januar 2009 geplant. (suc)

Viernheim/Mannheim Einerseits soll Konkurrenz ja angeblich das Geschäft beleben. Andererseits zeugt es nicht gerade von intensiver gegenseitiger Abstimmung im Einzelhandel der Metropolregion, wenn am 5. Oktober sowohl die Mannheimer Innenstadt als auch das Viernheimer Rhein-Neckar-Zentrum zum Sonntagseinkauf laden. Die Kunden, die die Qual der Wahl haben, werden mit ihren Füßen abstimmen. Doch eines steht bereits jetzt fest: Sowohl im Südhessischen als auch im Oberzentrum wird's an diesem Tag rappellvoll! (suc)

Wirtschaft I Auch deutsche Banken und Investoren von Gewerbeimmobilien beschäftigt die von Amerika ausgehende

„subprime“-Krise: So sind die Geldinstitute jetzt vorsichtiger bei der Finanzierung von Einkaufszentren geworden. Reichte ihnen vor zwei Jahren für die Kreditvergabe noch ein Eigenkapitalanteil von 25 bis 30 Prozent bei den Investoren, wird nunmehr aufgrund der weltweiten Finanzkrise meist ein Anteil von 40 Prozent verlangt. Zudem prüfen die Banken einzelne Bauprojekte sorgfältiger, was zu Schwierigkeiten für manchen Investor führen könnte. (PI)

Wirtschaft II Abwertungen bei der Tochter Immoeast haben das Ergebnis der Immofinanz stark einbrechen lassen. Das operative Ergebnis für das erste Quartal des Geschäftsjahres 2008-2009 drehte von einem Plus von 183 Millionen Euro in ein Minus von 190,7 Millionen Euro (EBIT).

Aufgrund der dramatischen Entwicklung wurden zuletzt Entwicklungsprojekte innerhalb des Konzerns gekürzt und Immobilien im Umfang von rund 800 Mio. Euro zum Verkauf gestellt. (PI)

Sie haben Tipps oder Termine, Anregungen oder Informationen für uns? Den Immobilien-Report Metropolregion Rhein-Neckar erreichen Sie unter: redaktion@immobilienreport-rhein-neckar.de

Impressum

ImmobilienReport
Metropolregion Rhein-Neckar

Herausgeber:
Hartmut Suckow und
Michael Tschugg

Adresse:
Max-Frisch-Straße 28
68259 Mannheim

Texte:
Michael Tschugg,
Hartmut Suckow,
Susanne Ackermann

Fotos:
Hartmut Suckow,
frei/pr

Der ImmobilienReport Metropolregion Rhein-Neckar erscheint zurzeit monatlich. Er wird kostenlos im Abonnement per E-Mail als pdf-file verschickt.

Bei Verwendung der Texte oder Textpassagen muss die Quelle genannt werden; Nachdruck oder gewerbliche Verwendung bedarf der Genehmigung der Herausgeber.