

Mall für Nichtshopper

In Maastricht ist den Kunden unklar, wo die Stadt aufhört und das Einkaufscenter anfängt. Das jüngst mit dem ICSC European Shopping Center Award ausgezeichnete „Entre Deux“ zeigt eine gelungene Symbiose von „Außenatmosphäre mit Innenkomfort“. | Rahel Willhardt



Gut integriert: Die Einkaufsmeile ist zu früher kaum wieder zu erkennen. Wo einst das Betonungetüm eines in den 60er-Jahren errichteten Kaufhauses das Straßenbild verschandelte, ist eine neue urbane Einkaufswelt (hier überdachter Innenbereich) entstanden, die sich von klassischen Shopping-Malls abhebt.



Wenn es regnet, sieht man Menschen mit offenem Schirm durch die Mall laufen, obwohl das Glasdach sie vor Nässe schützt“, beschreibt Dr. Arno Ruigrok, Associated Director Multi Cooperation, die Szenen einer Mall, die „Außenatmosphäre mit Innenkomfort“ vereint. „Es sieht aus wie in einer Geschäftsstraße, nur etwas schicker“, ergänzt Jaco Meuwissen, Geschäftsführer der 3W Real Estate, und hat dabei helle Steinfassaden unterschiedlicher Höhe, hochgezogene Fenster und Säulengänge im Sinn, die sich zur Gebäudeschlucht formieren. Doch nicht nur optisch gewann das kopfsteingepflasterte Einkaufsstädtchen, seit das 60er-Jahre-Warenhaus Trumm mit seinen nackten und glatten Betonfassaden dem „Entre Deux“ wich. Denn die Zugänge des Boulevardimplantats verbinden zwei der zentralen Maas-

trichter Plätze, „Markt“ und „Friedhof“, was letztlich den intuitiven Rundgang durch die Stadt erweitert.

Da die Eingänge auf unterschiedlichen Etagen liegen, lösen sie zugleich das Frequenzproblem des sonst zur Verweisung neigenden dritten Levels. Höhe, die für ausreichend Mietfläche auf teurem Baugrund ebenso wie für die geschaffene authentische Straßenanmutung unverzichtbar war. Der vierte Stock zählt zwar optisch zur Mall, beherbergt aber Eigentumswohnungen.

Kurze Orientierungsphase

Das Shoppen findet in den 30 bis maximal 1.500 qm großen Läden statt, die sich über die 12.000 Quadratmeter Mietfläche der unteren drei Etagen verteilen. Subanker wie H&M, Zara und Xenos wären für Üppigeres zu haben gewesen, doch Flatrates für Ankermieter sind bei Projekten dieser Größe ein Tabu, das Jahresmieten zwischen 350 bis 1.250 Euro den Quadratmeter generiert.

Das den wöchentlich 70.000 Flanqueuren (3,7 Millionen pro Jahr) des Lifestyleambiente vorwiegend Mode und Design garniert mit einer Prise Gastronomie geboten wird, lag im 120.000 Seelen starken Maastricht nahe. Denn viele der 7,5 Millionen Stadttouristen zieht es zum Auffüllen des Kleiderschranks ins limburgisches Verwaltungszentrum und entsprechend lang war die Liste der Fashionbrands, die nach rar gesäten 800 und mehr Quadratmetern in Zentrallage fahndeten.

Doch auch in der Malltopologie selbst ist die Zielgruppe „Freizeitshopper“ bereits angelegt: „Passanten halten beim Betreten einen Moment inne, um sich zu orientieren. Die Übersicht ist nicht so eingängig wie bei konventionellen Malls“, beschreibt Ton Harmes, Vorstand der Entre Deux Mieter-Interessengemeinschaft, den feinen Unterschied.

Der Zufriedenheit der Händler tut das keinen Abbruch, obgleich sich der ein oder andere Spezialanbieter noch schneller wachsende Umsätze

AUF EINEN BLICK

Entre Deux, Maastricht

ERÖFFNUNG: November 2006

ADRESSE: Spilstraat/ Helmstraat/ Dominicanerplein, Maastricht, Niederlande www.entredeux.nl

EIGENTÜMER: Fortis Real Estate Investments, Utrecht

PROJEKTENTWICKLER: Multi Vastgoed BV (Dutch company of Multi Development BV) und 3W Real Estate

CENTERMANAGEMENT: Actys Utrecht; Herr J.R. Kijftenbelt

KONTAKT: r.kijftenbelt@actys.nl; Tel. 31-30-2565172

INVESTITIONSSUMME: 90 Millionen Euro (ohne den von der Stadt entwickelten Buchladen in der alten Kirche)

FLÄCHEN: 12.000 Quadratmeter Verkaufsfläche, davon 1.000 Quadratmeter Gastronomie (Fläche ohne die Kirche)

ANKERMIETER (hier Subanker, da kein Laden über 1.500 qm groß ist): H&M, Zara, New Yorker, Men

at Work, Mango, Crocs, La Place, Xenos, Intertoys, Cook & Co, WE, Blokker, Expo, Selexyz, America Today (27 Ketten, 6 unabhängige Händler)

MIETERMIX: Fokus auf Fashion und Design, kaum Gastronomie. Anzahl der Läden: 33

LADENGRÖSSEN: Durchschnitt 400 Quadratmeter (30 bis 1.500 Quadratmeter)

MIETPREIS pro Quadratmeter: 550 Euro/Jahr (Spannbreite: 350 bis 1.250 Euro/Jahr)

STANDORT/LAGE: Durchgangspassage vom „Markt“ zum „Friedhof“, zwei zentrale Plätze in der Einkaufsstadt

VERKEHRSANBINDUNG: Maastricht ist durch seine enorm dichte Bebauung eine klassische Laufstadt, die vorwiegend mit dem Auto oder dem Fahrrad besucht wird. Die Parkplätze in nächster Nähe befinden sich am Mosae Forum

und am „Friedhof“, beide keine drei Laufminuten entfernt.

EINZUGSGEBIET: Maastricht hat knapp 120.000 Einwohner und jährlich circa 7,5 Millionen Besucher, von denen viele explizit zum Shoppen kommen.

MARKETING: Die Centerlage ist so zentral und der Buchladen in der Kirche so spektakulär, dass Werbung kaum erforderlich ist.

KONZEPTIONELL: Die Mall erweitert mit ihrer Verbindung von zwei der zentralsten Plätze („Markt“ und „Friedhof“) den Einkaufsrundgang durch die Stadt. Da die Eingänge auf unterschiedlichen Etagen liegen, müssen Rundgänger alle drei Mall-Etagen passieren.

MISCHNUTZUNG: Auf dem Dach des Centers sind 19 Luxusapartements (93 bis 275 Quadratmeter für 405.000 bis 1.095.000 Euro) in einer parkähnlichen Anlage angesiedelt.

Small – Large – Superlarge

Der International Council of Shopping Center (ICSC) zeichnet Einkaufszentren unterschiedlichster Kategorien aus. Auch in diesem Jahr gehörte die Hamburger ECE wieder mit zu den Gewinnern.

wünscht. Harnes selbst führt den in der Dominikanischen Kirche angesiedelten Buchladen Selexys (700 000 Besucher in 2007), der dem Entre Deux eine spektakuläre Eingangssituation spendiert. Die Revitalisierungszeche für das Gotteshaus zahlte allerdings die Kommune.

Der große Bruder ist ganz nah

Dass das Konzept der „Außenanmutung mit Innenkomfort“ auch größer skalierbar ist, bewies 3W bereits keine drei Gehminuten vom Entre Deux entfernt. „Mosae Forum“ heißt der große Bruder, der 55 Läden und üppige Gastronomie auf 18 500 Quadratmeter mit knapp 1200 Parkplätzen, einem Museum und 16 500 Quadratmeter Büro verbindet, die unter anderem das Bürgerzentrum der Stadt beherbergen. Und auch hier wurden historische Kleinode integriert, wie etwa der mehrere Jahrhunderte alte Gewölbekeller, in dem man kulinarischen Slow Food-Genüssen frönt. Beide Malls brauchen einander, ist doch das an der Maas gelegene Mosae Ensemble der Start- und Endpunkt des erweiterten Einkaufsrundgangs durch die Stadt.

Zugleich sind Ambiente, Warensortiment und Ladengrößen (maximal 3 000 Quadratmeter) komplementär, um Kannibalisierungseffekte zu unterwandern. Neben S.Olivers, Esprit & Co. sind hier Sportgeschäfte, der Supermarkt Jumbo oder etwa eine Apotheke zu finden, die Jahresmieten zwischen 250 bis 550 Euro pro Quadratmeter zahlen. „Mosae Forum“ wurde früher konzipiert, doch später fertiggestellt, so dass wir uns mit dem Konzept für den kommenden ICSC Awards bewerben“, kündigt Meuwissen an.

lz 17-08

And the winner is...“ ertönte es vor einer Woche in den Amsterdamer Messehallen gleich siebenmal, als der International Council of Shopping Centers (ICSC) die Gewinner seines European Shopping Center Awards verlas. Mit dem Preis honoriert der Interessenverband der Mall-Industrie die gelungensten kleinen, mittleren, großen und sehr großen Neubauten sowie das überzeugendste Modernisierungs-, PPP- und Nachhaltigkeitskonzept. Alle Gewinner sind wiederum Anwärter für die Global ICSC Shopping Center Awards, die kommenden Monat in Las Vegas gekürt werden.

Wie der Oscar der Filmindustrie

Auszeichnungschancen haben Projekte, die die Fachjuroren sowohl in den Schlüsselfaktoren (30 Prozent) als auch in puncto Wirtschaftlichkeit, Design (je 26 Prozent) und Nachhaltigkeit (14 Prozent) überzeugen. Für die ECE, größter Entwickler und Betreiber von Shopping-Malls und Einkaufszentren in Europa, besitzt der ICSC-Award einen hohen Stellenwert, durchaus vergleichbar mit dem „Oscar“ der Filmindustrie. Die Auszeichnung beweise, so ECE-Chef Alexander Otto, dass wir auch bei unserer internationalen Expansion auf höchste Qualität Wert legen.“ Ob der Shopping-Center-Oscar aber wirklich Europas höchste Ehrung in dieser Branche ist oder vom populären MIPIM-Award in Cannes getoppt wird, da-

rüber streiten selbst altgediente Branchenhasen. Sicher ist, beides sind imagefördernde Ritterschläge für Center wie Entwickler, die der ICSC dieses Jahr bevorzugt nach Polen verteilte. Es mag reiner Zufall sein, dass der Jury in diesem Jahr ein Pole vorsah. Gleich viermal jedenfalls trugen Malls des gereiften Emerging Markets den Sieg unter den 36 Finalisten aus 16 Ländern davon: Die ECE Projektmanagement Polska setzt auf knapp 55 500 mit der „Galeria Krakowska“ neue Marktstandards in Architektur und Mietermix.

Mit Zlote Tarasi hoben die Ing Real Estate Development ein Warschauer Einkaufs- und Freizeitcenter aus der Taufe, dessen 62 800 Quadratmeter-Mix aus organischer Architektur und urbanen Park- und Platzarrangements dem bahnhofsnahen Areal wieder Leben einhauchte; beide Projekte überzeugten die Jury so sehr, dass sie den Preis für „Große Center“ gleich zweimal vergab.

In der Kategorie „Extragroß“ setzte sich der polnische Entwickler Apsys durch, der 14 denkmalgeschützte Textilfabrikgebäude im Herzen Lodz' in das 112 000 qm starke Freizeit-, Kultur- und Einkaufseldorado „Manufaktura“ verwandelte – so gut, dass die Jury ihr das Zeug zur Lifestyle-Ikone bescheinigte. Die vorbildlichste Modernisierung bestätigte man Fortis für die alte Brauerei (= Stary Browar) in Poznań. Um mit der fortschreitenden Cityrevitalisierung mitzuhalten, wurde die Centerfläche mit 110 Läden um 63 000 Quadratmeter verdoppelt und

land insbesondere ein kontrovers diskutiertes Thema ist, wird das evolutionäre Siegerkonzept hier ausführlich vorgestellt (siehe Bericht Mall für Nichtshopper).

Holländischer Exportschlager

Holländischer Exportschlager Shopping Malls sind eines der stärksten Exportprodukte der Niederländer, von denen immer wieder konzeptuelle Marktpulse ausgehen. Mit Branchengrößen wie Multi Corporation, Redevco, Ing Real Estate, Bouwfonds oder TCN konzentriert das Land eine hohe Entwicklerdichte, zählt es doch selbst mit 396 Quadratmetern Mallfläche pro 1000 Einwohner zu den fortgeschrittenen Märkten. Deutschland liegt mit 116 Quadratmetern laut Erhebungen von Degi Research im Mittelfeld.

Bereits in den späten Neunzigern begann Multi Corporation sich mit ungewohnt offenen Konzepten in Deutschland einen Namen zu machen. Entwicklungsideen, aus denen 2004 etwa die Kamp Promenade in Osnabrück hervorging oder 2011 der Müntertor-Platz in Rheine entstehen wird. „Malls müssen bis zu einem gewissen Grad immer geschlossen sein – und eben das macht es schwer, sie mit dem Rest der Stadt zu verbinden. Doch wir lernen und werden immer besser“, antwortet Arno Ruigroki von Multi Corporation auf die Frage, warum die Umsetzungen in Deutschland nicht so radikal sind, wie das gerade ausge-

Vier Awards gehen in diesem Jahr nach Polen



Galeria Krakowska in Krakau: Die ECE Projektmanagement setzt auf über 55 000 Quadratmetern neue Marktstandards in Architektur und Mietermix.



Anerkennung: Kein Hauptpreis, aber eine Auszeichnung gab es für das Alstertal Einkaufszentrum der ECE in Hamburg in der Kategorie Erweiterung und Erneuerung.

die Differenzierung über Kunst und Kultur so gekonnt ausgebaut, dass sich das einstige Biermekka klar als Lifestyle-Trendsetter hervortut.

In der Mittelklasse setzte sich England, genauer gesagt, Land Securities mit der 37 000 Quadratmeter großen Mischnutzung Princesshay durch, die innerhalb der historischen Stadtmauern Exeters rund 100 Geschäftseinheiten, 120 Wohnungen und ein Restaurant schufen. Das Integrationsprinzip folgt einem ähnlich offenen Duktus wie Maastrichts „Entre Deux“, das mit 11 000 Quadratmetern Verkaufsfläche zu Europas überzeugendster Kleinmall gekürt wurde.

Da das Kooperationswerk der niederländischen Entwickler Multi Corporation und 3W Real Estate mit der Kommune eine mustergültige Antwort für die Implementierung großzügiger Verkaufslöcher ist, die in gereiften

zeichnete Entre Deux.

Dass 3W Real Estate zur Lernkurve beitrug, davon zeugt ihre Alleinentwicklung, das Mosae Forum. Fußläufig zu Maastrichts Entre Deux, folgt es vergleichbaren Gestaltungsprinzipien, doch im größeren Maßstab (18 000 Quadratmeter Handelsfläche, Läden bis 3 000 Quadratmeter). Spruchreife Bauprojekte hat die Ing Real Estate Tochter hierzulande noch keine, doch in der Wiesbadener Dependenz will man das bald ändern.

Ganz anders sind die exportierten Center-Novas der TCN Kollegen gelagert: Mit den Aachen-Arkaden eröffnet in Kürze ein Einkaufsambiente, das ähnlich häufig wie die dort ansässigen Retailer sein Design verändern will, und in der (wegen lokaler Zwistigkeiten auf Eis liegenden) Aachener Trendbox sollen sich die Stores nächstens in Clubbing-Kulissen verwandeln. *Rahel Willhards* (lz 17-08)