

BUSINESSPARKS UND SHOPPINGCENTER INTERVIEW

„Es geht darum, eine Story zu erzählen“

Die Zeit der tageslichtlosen Shoppingcenter ist vorbei. **Armin Ebner**, Partner bei BEHF Architekten, erklärt, worauf es ankommt: Tageslicht, Entertainment und Erlebnisarchitektur – ob im Neubau oder im Refurbishment.

INTERVIEW: Wojciech Czaja

STANDARD: Gehen Sie gerne shoppen?

Ebner: Nicht wirklich. Ich lege Wert auf guten Service. Den kriegt man heute nur noch in ausgewählten Geschäften.

STANDARD: Shoppingcenter oder Einkaufsstraße?

Ebner: Das kommt darauf an. Ich bin ein leidenschaftlicher Flaneur auf der Straße. Aber wenn Angebot und Ambiente stimmen, dann gehe ich auch gerne in ein Shoppingcenter rein. Es gibt gute Beispiele, die die Barriere nehmen und Anziehungskraft entwickeln, um neugierig zu machen.

STANDARD: Zum Beispiel?

Ebner: Eines meiner liebsten Shoppingcenter ist der Europark in Salzburg von Massimiliano Fuksas. Er ist durch und durch ansprechend – nicht nur von der Architektur her, sondern auch, was Angebot, Orientierung und Funktionalität betrifft. Da fühle ich mich vom ersten Augenblick an wohl.

STANDARD: Früher galt es, auf Tageslicht und Realitätsbezüge zu verzichten und den Konsumenten im Shoppingcenter in eine Fantasiewelt einzulullen. Ist das noch aktuell?

Ebner: Längst nicht mehr! Das kommt noch aus Zeiten, als Las Vegas groß im Aufbau war. Damals wurden in den Centern und Casinos sogar die Uhren abmontiert, um die Menschen komplett von der Realität abzulenken. Und Tageslicht war sowieso tabu. Davon sind wir heute meilenweit entfernt.

STANDARD: Wo stehen wir heute?

Ebner: Anhand der österreichischen Shoppingcenter ist das schwer zu sagen, denn hier wird nur noch wenig Neues gebaut. Die meisten Projekte sind Refurbishments. Anhand der internationalen Beobachtung kann ich sagen, dass es um Blickbezüge zwischen innen und außen geht, um hochwertige, unverwechselbare Architektur, um Freizeit- und Verweilqualität. Immer öfter geht es darum, eine Story zu erzählen, also ein Thema zu definieren, das sich durch die gesamte Immobilie zieht. Entweder man findet genug Inspiration vor Ort, oder man muss ein Motiv entwickeln.

STANDARD: Also doch einlullen?

Ebner: Nein. Wenn wir uns ehrlich sind, finden wir heute in jeder Mall das gleiche Angebot. Das heißt: Theoretisch könnten alle Center gleich ausschauen. Wollen wir das? Ich nicht. Es geht um die Schaffung von Zonen, Erlebnissen, unverwechselbaren Räumen. Das ist letztendlich nötig, um den Standort für Mieter attraktiv zu machen.

STANDARD: Gibt es einen idealen Schlüssel zwischen Mietfläche und nicht vermietbarer Fläche?

Ebner: In der Regel sagt man, dass die verwertbare Fläche 70 bis 80 Prozent des Shoppingcenters betragen soll. Aber das hängt sehr davon ab, wer das Center entwickelt und betreibt. Franzosen und Briten beispielsweise sind generell etwas großzügiger und bombastischer, die deutschen Entwickler halten sich da eher zurück. Daher sind Donauzentrum und Shoppingcity Süd, die in französischer Hand sind, deutlich luftiger und ambitionierter gestaltet als viele vergleichbare Center hier. Mit Bedauern stelle ich zudem fest, dass es kaum noch private Entwickler gibt, die sich etwas trauen und die ein Statement setzen wollen. Die meisten Center befinden sich heute in institutioneller Hand und dienen in erster Linie als sichere, konservative Wertanlage.

STANDARD: Was beobachten Sie noch?

Ebner: Ein sehr starker Trend ist die Verlagerung der Inhalte sowie die Verbreiterung des Angebots. Das Shoppingcenter geht ver-



Alles ist rund: Durch diese Formensprache soll vermieden werden, dass es zu- bzw. abgewandte Seiten gibt. Der Kunde wird weich von der Straße hineingeführt, wie im Shopping Nord in Graz.

Foto: Markus Kaiser

stärkt in Richtung Mixed Use mit Schwerpunkt Gastronomie und Entertainment. Es reicht nicht mehr, nur ein paar Geschäfte unter einem Dach zu vereinen. Es geht um Standortentwicklung und um die Auseinandersetzung mit der zunehmenden Digitalisierung und dem damit verbundenen Onlinehandel. Da braucht es Treiber für neue, zeitgemäße Konzepte.

STANDARD: Wenn man Ihre Shoppingcenter EO in Oberwart, Neukauf in Villach und Mediemarkt in Klagenfurt sowie in Graz-Nord anschaut, fällt auf, dass sich so etwas wie ein formaler Kanon entwickelt hat. Alles ist rund.

Ebner: Wenn man eine Mall eckig plant, dann gibt es zugewandte und abgewandte Seiten. Das gibt es bei runden, schleifenden und polygonalen Formen nicht. Das hat also funktionale Gründe. Hinzu kommt, dass der Kunde, sobald er eine Mall betritt, weich von einer Straße in die andere hineingeführt werden soll. Die Erfahrung zeigt: An jeder Kreuzung wird der Bewegungsfluss potenziell unterbrochen. Das gilt es zu vermeiden. In vielen Fällen schlägt sich genau diese Grundrissästhetik in der Architektursprache nieder.

STANDARD: Wird sich der Trend halten?

Ebner: Ich denke, das ist kein Trend, sondern eine Grundqualität. Eine Zeitlang hieß es, dass die Kulissenarchitektur mit ihren süßen Zuckerbäckerfassaden out ist. Das Gegenteil ist der Fall, die Kodierung hat sich sogar noch präzisiert. Die pastellfarbenen Parndörfer auf der ganzen Welt haben sich so sehr etabliert, dass diese historisierende Architektursprache nun der ästhetische Code für Factory-Outletcenter ist. So ähnliche, vielleicht etwas subtilere Codes gibt es auch bei Fachmarktzentren und bei diversen Shoppingcenter-Typologien.

STANDARD: Wie oft muss ein Center refurbished werden? Gibt es Zeitspannen wie in der Hotellerie?

Ebner: Nein. In der internationalen Hotellerie geht man mittlerweile von fünf bis acht Jahren zwischen den soften Refurbishments aus. Bei Shoppingcentern gibt es solche konkreten Zahlen nicht. Ich kenne Center, die schauen nach zehn Jahren schon alt und abgenutzt aus, und dann gibt es solche, die wirken auch nach 20 Jahren noch zeitlos modern und durchaus angemessen. Je höher die Qualität zu Beginn, desto langlebiger und nachhaltiger ist die Immobilie.

STANDARD: Sind sich die Entwickler und Betreiber dessen bewusst?

Ebner: Viel zu wenig. Die Überzeugungsarbeit kostet Kraft. Wobei ich aus Erfahrung dazusagen muss: Mit architektonischen Argumenten kommt man nicht weit. Der größte Hebel in Bezug auf Investition in Qualität ist immer noch der Makler, der mit dem Markt bestens vertraut ist und der weiß, was es braucht, um Mieter zu gewinnen.

STANDARD: Wie schafft das ein Architekt?

Ebner: Es ist eine Gratwanderung. Aus-

schweifend und außerhalb des Budgets zu planen ist der Todesstoß in dieser Branche. Innerhalb des Budgets zu bleiben, dabei aber keine ausreichend starke Idee und Qualität zu entwickeln, bringt auch nichts. Es ist eben Millimeterarbeit.

STANDARD: Sie haben auch schon Zentren im Ausland geplant. Status quo?

Ebner: Für Kasachstan haben wir einige Center entwickelt. Eines davon, nämlich in Astana, wurde realisiert. Und in Weißrussland haben wir ein Konzept für eine Hypermarktkette erstellt. Das erste Center dieser Art wird im Mai in Minsk eröffnet.

STANDARD: Was sehen Sie als Trend für die Zukunft?

Ebner: Refurbishment, Refurbishment, Refurbishment. Wir haben derzeit kein einziges Shoppingcenter auf der grünen Wiese. Ich finde diesen Trend sehr gut. Die Zeit der großen Ausbreitung ist vorbei. Jetzt geht es um Erweiterung und Vertiefung in Richtung Vielfalt und Qualität.

ARMINEBNER (49) ist Gründungspartner von BEHF Architekten. Zu den jüngsten Projekten des Büros zählen u. a. die Erweiterung von Shopping Graz Nord, der Stafa-Tower in der Mariahilfer Straße in Wien sowie das Motel One bei der Staatsoper.

Büro & Lager

im Süden Wiens

NEUE Baustufe 7
ab sofort bezugsfertig

Variable Mieteinheiten
Büro & Lagerflächen

Eigene Autobahnabfahrt
A2/1Z NÖ-Süd

61 TOP-Unternehmen
als Nachbarn

Gratis-Parkplätze
direkt vor Ihrer Tür

WALTER BUSINESS-PARK

Ihr Firmenstandort zum Wohlfühlen

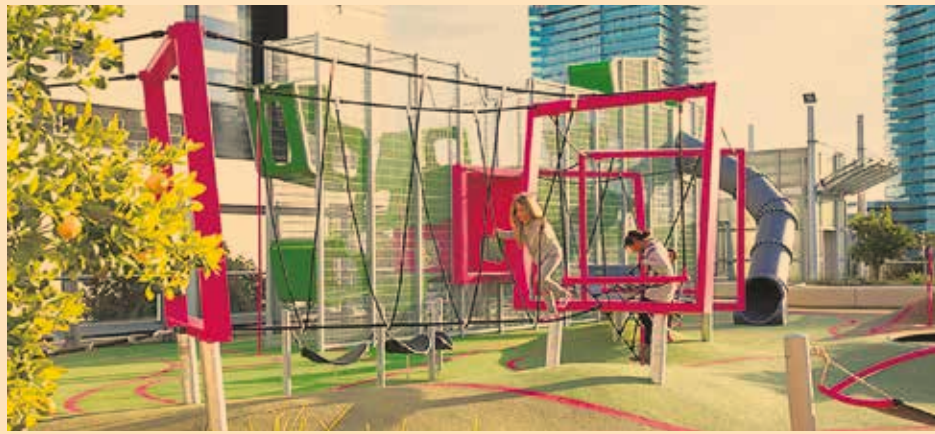
AT-2355 Wiener Neudorf • Tel.: 02236 4020-0 • www.walter-business-park.com

Je größer und neuer, desto kinderfreundlicher

Für Einkaufszentren wird es immer wichtiger, ihre Aufenthaltsqualität zu steigern – etwa, indem Kinderbetreuung angeboten wird, während die Eltern einkaufen. Für kleinere Zentren zahlt sich das aber nicht aus.

Kinder können ihren Sommer im Feriencamp hier verbringen, einmal monatlich gratis ins Kasperltheater gehen oder gleich ihre Geburtstagsparty hier feiern: Shoppingcenter bieten zunehmend mehr als das bloße Einkaufen – auch, um sich gegen den Onlinehandel behaupten zu können.

„Ein immer wichtiger werdendes Thema ist dabei die Kinderbetreuung“, sagt Walter Wölfler von CBRE zum STANDARD. „Child-friendly options“ sind laut CBRE-Umfrage immerhin 23 Prozent der Befragten wichtig, in Europa, Af-



Schauplatz Diagonal Mar, Barcelona: Der Abenteuerspielplatz wurde zum Alleinstellungsmerkmal des Centers. Foto: CBRE

rika und dem Nahen Osten sind es sogar 31 Prozent.

Das fange beispielsweise schon bei den Toiletten in den Shoppingtempeln an: Diese müssten zwar nicht „Luxus“ sein, aber funktional und praktisch für Eltern, die mit ihren Kindern unterwegs sind – etwa, indem sie mitsamt ihrem Kinderwagen in die Kabine passen. Manche Shoppingcenter – etwa das G3 in

Gerasdorf oder der Europark in Salzburg – haben eigene Kindertoiletten im Angebot. Noch ein Punkt, der noch immer nicht Standard ist, sind ausreichend Wickeltische – und zwar auch in den Männertoiletten. Stillräume haben viele Einkaufszentren mittlerweile im Angebot, teilweise mit Flaschenwärmern und Mikrowellen zum Aufwärmen der Babynahrung.

Aber auch eigene Kinderbereiche und eine Kinderbetreuung werden in Zukunft wichtiger, glaubt Wölfler: Im Ausland, etwa im asiatischen Raum, sei man in dem Bereich schon viel weiter. Die Eltern könnten dann beispielsweise gemeinsam essen, während sie am Kinderspielplatz ihre Sprösslinge im Blick haben.

Ein solches Konzept wurde beispielsweise in einem von CBRE

gemanagten Shoppingcenter umgesetzt: Diagonal Mar, einem 87.000 Quadratmeter großen Einkaufszentrum in Barcelona. Dort können Kinder auf einem großzügigen – in knalligem Pink und Grün gehaltenen – Abenteuerspielplatz herumturnen. Dieser sei „ziemlich teuer“ gewesen, so Wölfler, aber dafür eben nicht „nullachtfünfzehn“ – und sei mittlerweile ein Alleinstellungsmerkmal des Einkaufszentrums in der spanischen Metropole geworden.

Feiern in der Mall

Einige solche Vorzeigeprojekte gibt es laut Hannes Lindner vom Beratungsunternehmen Standort + Markt auch in Österreich bereits: den – schon erwähnten – Europark in Salzburg etwa, der über einen Wickel- und Stillraum, Kinder-WCs, Kinderbetreuung und eine große Spielelandschaft verfügt. Das werde grundsätzlich gerne angenommen: „Bei kleineren Malls ist das aber schwierig“, so der Experte. „Denn die Kosten müssen die Mieter tragen.“

Bei der SES, die in Österreich unter anderem den Europark, den Fischpark in Wiener Neustadt und das neu gebaute Huma Eleven (siehe Kurzmeldungen) betreibt, werde Kinderbetreuung allgemein großgeschrieben, betont Pressesprecherin Claudia Streitwieser-Schinagl.

In nahezu allen Centern würden Kindererlebniswelten betrieben, in sechs davon unter der Eigenmarke „Planet Lollipop“. Dort wurden laut Unternehmensangaben 2014 über 132.000 kleine Besucher gezählt und im Vorjahr über 2000 Kindergeburtstagspartys ausgerichtet. (zof)

KURZ GEMELDET

Neu gebautes Huma in Wien öffnet am 3. März

Der abgerissene und neu gebaute Huma-Einkaufspark in Wien-Simmering wird am 3. März wieder aufgesperrt – und dann Huma Eleven heißen, wie Betreiber Spar European Shopping Centers (SES) bekanntgab. Das neue Zentrum im elften Wiener Gemeindebezirk (daher auch Eleven) wird dann 60 Shops aufweisen, von denen laut Aussendung nur einer noch nicht vermietet wurde. Bis 2017 soll dann auch die zweite Bauphase mit weiteren 30 Shops abgeschlossen sein. Eigentümer des Centers ist die Münchner Jost-Hurler-Gruppe. (red)

Erweiterter Traisenpark sperrt am 17. März auf

Das Shoppingcenter Traisenpark im Norden St. Pöltens wird am 17. März die jüngste Erweiterungsphase eröffnen. Laut Center-Managerin Anita Bränlich werden an diesem Tag 15 neue Shops in Betrieb genommen, eine zweite Teileröffnung mit weiteren Shops folgt ein wenig später. Die neuen Flächen entstanden in einer westlichen Erweiterung des Zentrums, wo eine bis dato als Parkplatz genutzte Fläche bebaut wurde. Mit Spannung erwartet wird insbesondere das neue Ikea-Kompakt-Konzept, das mit einer sehr eingeschränkten Produktpalette auf rund 1800 Quadratmetern im Wesentlichen als Abhol- und Servicecenter fungiert. Erst im vergangenen Oktober wurde die erste Phase der seit 2013 laufenden Umbauarbeiten des Traisenparks abgeschlossen, damals wurde eine einst im Center integrierte Eishalle zu zwei neuen Shoppingetagen umgestaltet, und es entstand ein neuer Haupteingang. (mapu)

Businessparks Burgenland. Ihr Unternehmensstandort mit Perspektive.

Parndorf/Neusiedl am See

Sie haben nicht irgendein Unternehmen.

Sie brauchen daher auch nicht irgendeinen Standort, sondern den besten. Die Businessparks Burgenland befinden sich an drei strategischen Standorten. Ob Sie nun ein Handels-, ein Logistik- oder ein Industriebetrieb sind: Die voll aufgeschlossenen Businessparks decken insgesamt alle Ihre Wünsche ab. Suchen Sie sich Ihren besten Standort aus.

Alle Businessparks

- Voll aufgeschlossen und gewidmet

Parndorf/Neusiedl am See

- 30.000 Besucher pro Tag
- Direkte Anbindung A4

Kittsee

- Das Tor nach Osteuropa
- Nahe zu Wien und Bratislava

Heiligenkreuz

- Große zusammenhängende Flächen
- Im Dreiländereck Österreich-Ungarn-Slowenien



Wir strengen uns für Ihren Erfolg an.
Tel + 43 (0) 5 9010 – 2327
office@businessparks-burgenland.at
www.businessparks-burgenland.at

perfekte Perspektiven

Businessparks Burgenland

ein Unternehmen der Wirtschaft Burgenland GmbH

BUSINESSPARKS UND SHOPPINGCENTER NEUE GEWERBEPARKS

Mehr oder weniger maßgeschneidert

Businessparks sind beliebt – auch deshalb, weil sich Unternehmen dort genau für sie passende Flächen errichten lassen können.

In Kärnten sucht ein Betreiber nun aber für sieben gleich große geplante Objekte passende Käufer.

Business- bzw. Gewerbeparks sind ein immer noch wachsendes Segment im weiten Feld der Gewerbeimmobilien. Vor allem rund um den Ballungsraum Wien tut sich einiges, zunehmend aber auch abseits davon. Erst vor wenigen Monaten wurde beispielsweise im nördlichen Weinviertel, in der Nähe von Mistelbach, als Gemeinschaftsprojekt der beiden Gemeinden Mistelbach und Wilfersdorf der Wirtschaftspark A5 ins Leben gerufen.

Wie schon der Name verdeutlicht, dient den Betreibern als hauptsächliches Vermarktungsargument die gerade in Bau befindliche Verlängerung der Autobahn A5 Richtung Norden bzw. die dann entstehende Achse Wien-Brünn. Derzeit endet die Autobahn, von Wien kommend, noch ein paar Kilometer südlich des Wirtschaftsparks bei Schrick.

Für Gewerbebetriebe, die einen Standort suchen, sind die bereits gewidmeten und aufgeschlossenen Grundstücke in Wirtschaftsparks sehr attraktiv. Manchmal ist die dort schon vorhandene Infra-

struktur aber auch bloß ein nettes „Add-on“. Die TÜV-Austria-Gruppe lässt sich beispielsweise im Campus 21 Businesspark Wien-Süd in Brunn am Gebirge derzeit ihre neue Zentrale sozusagen „maßgeschneidert“ errichten. Zwölf Standorte hatte man zur Auswahl, berichtet TÜV-Sprecher Walter Schönthaler. Nur einer lag in einem Businesspark, aber alle im Süden Wiens, „denn die Nähe zum Prüfzentrum in der Deutschstraße im 23. Bezirk war uns sehr wichtig“. Das TÜV-Prüfzentrum in Inzersdorf, das derzeit erweitert wird, bleibt nämlich als einziger weiterer Standort in Wien erhalten, alle weiteren bisher fünf Standorte werden im Campus 21 konzentriert. Ende des Jahres sollen 315 Mitarbeiter in dem neuen Komplex mit 7300 Quadratmetern

Nutzfläche, den die Wiener Städtische als Liegenschaftseigentümerin errichtet, einziehen.

Bei den Grundrissen konnte man weitgehend mitreden, und der Mietvertrag ist selbstverständlich unbefristet. Ob es im Gegenzug für die exklusiv errichteten neuen Flächen auch eine Zeitlang einen Kündigungsverzicht der TÜV-Austria-Gruppe gibt, war Schönthaler nicht zu entlocken.

Grundriss sucht Firma

„Exklusiv“ bauen lassen kann man neuerdings auch in Kärnten. In Hunnenbrunn, einem Ortsteil von Frauenstein, will die ortsansässige MLT Immobilien in Kooperation mit der Gemeinde einen neuen Wirtschaftspark errichten.

Die Vermarktung der Flächen könnte aber eine Herausforderung

werden. Entstehen sollen hier nämlich sieben gleich große Gebäude mit jeweils 300 Quadratmetern Nutzfläche, die noch dazu nicht vermietet, sondern verkauft werden sollen – an Eigennutzer. Außerdem müssen sich diese auch an einem „Kommunikationszentrum“, das einen größeren Saal und diverse Seminarräume beinhaltet, anteilmäßig beteiligen.

Mehrere konkrete Anfragen gebe es, heißt es vonseiten der MLT, aber bisher noch keinen Abschluss. Noch heuer will man aber zu bauen beginnen, im Frühjahr 2017 könnten die ersten Gebäude bezogen werden.

Bei der Gestaltung setzt man auf die Kooperation mit Künstlern: Alle paar Jahre sollen etwa die Fassaden neu gestaltet werden. (mapu)



Beim Businesspark in Hunnenbrunn will man die einzelnen Gebäude von Künstlern gestalten lassen.

KURZ GEMELDET

Prisma baut Büro- und Gewerbeobjekt in Röthis

Im Betriebsgebiet Interpark Focus in Röthis in Vorarlberg errichtet die Prisma-Unternehmensgruppe mit dem Interpark Focus 40 ein weiteres Büro- und Gewerbeobjekt. Das rund 2900 m² Nutzfläche umfassende Gebäude soll bis zum Frühjahr 2017 realisiert werden und rund 100 Arbeitsplätze umfassen. Rund die Hälfte der Flächen dient der Metzler GmbH & Co KG als neuer Firmensitz. Das Betriebsgebiet in Röthis umfasst eine Gesamtfläche von ca. 120.000 m² und wurde von der Prisma gemeinsam mit der Gemeinde Röthis entwickelt. (red)

Expandierende Retailer suchen tausend Standorte

Laut einer Befragung von RegioPlan suchen derzeit 520 Einzelhändler neue Standorte in Österreich – und zwar insgesamt rund 1000. Von den 520 Unternehmen wollen sich gleich 376 in einem Shoppingcenter einmieten, hingegen suchen nur mehr 243 in einer innerstädtischen Handelszone. Vor drei Jahren war das Interesse noch etwa gleich verteilt. Für Fachmarktzentren interessieren sich derzeit nur 119 Unternehmen, ein deutlicher Rückgang gegenüber den Jahren davor. Mehr als die Hälfte der gesuchten Standorte werden von den drei Branchen Bekleidung, Lebensmittel und Gastronomie nachgefragt. Stark im Fokus liegt dabei die Flächenproduktivität: Gefragt sind etwas kleinere Standorte, dafür in besserer Lage. (red)

IMMOFINANZ



**JETZT
BESICHTIGEN!**
BÜROFLÄCHEN
von 200 – 2.500 m²
+43 (0) 1 88 090

Büros auf hohem Niveau.
Im **businesspark** vienna ist alles möglich.

All-in-one Büromietflächen für höchste Ansprüche in City-Nähe – dank Shuttle-Bus direkt zur U-Bahn! Moderne Büros, Geschäfte des täglichen Bedarfs, Cafés, Restaurants und ein Kino werden Ihre Arbeit zum Vergnügen machen! Und unsere repräsentativen Eventlocations, das 4-Sterne Hotel, sowie die vielen High-End-Dienstleistungen werden Ihre Gäste begeistern. Informieren Sie sich noch heute und verbinden Sie Business und Freizeit! Der Business Park Vienna macht's möglich.

Mehr Infos unter www.businessparkvienna.com

businesspark vienna
Mein Büro. Mein Shop. Mein Restaurant. Mein Event.

SPACE TO SUCCEED