

THE EUROPEAN RETAIL REAL ESTATE MAGAZINE

März 2015

SPECIAL  
EDITION **50** JAHRE  
ECE



# DIE ECE-STORY

**INTERVIEW** ECE-Chef Alexander Otto im Gespräch

**OFFICE, TRAFFIC, INDUSTRIES** Lösungen für anspruchsvolle Kunden

**CENTERMANAGEMENT** Beste Bedingungen für gute Geschäfte





## Geballte Shopping Center-Kompetenz made in Hamburg.

Wir gratulieren der ECE zum 50-jährigen Jubiläum.

Hamburg ist die ideale Kulisse für Erfolgsgeschichten – seit 1965 auch für die ECE und Union Investment. Gemeinsam bringen wir heute 100 Jahre Erfahrung in Shopping Center-Investments ein. Kein Wunder also, dass unsere von der ECE gemanagten Center für nachhaltige Qualität stehen und aufgrund ihrer Ertragsstabilität zur wichtigen Säule in unseren Immobilienfonds zählen. Jüngster Beleg für die erfolgreiche Zusammenarbeit ist die Auszeichnung des gemeinsamen Essener Shopping Centers „Limbecker Platz“ in 2014 durch den International Council of Shopping Centers als europäische Nummer Eins. Wir freuen uns auf weitere Meilensteine.

Entdecken Sie mehr unter [www.gemeinsam-meilensteine-setzen.de](http://www.gemeinsam-meilensteine-setzen.de)



## LIEBE LESERINNEN! LIEBE LESER!

„Handel ist Wandel“ – kaum ein europäisches Familienunternehmen verkörpert diesen Satz besser und eindrucksvoller als die ECE. Als der Versandhauspionier Werner Otto 1965 sein Immobilienunternehmen gründete, waren Shopping-Center – so wie wir sie heute kennen – Zukunftsmusik. Begriffe wie Erlebnishopping, Branchenmix, Umsatzmieten, Centermanagement oder Nachhaltigkeit existierten im Wortschatz des Einzelhandels noch nicht. Professionelle Immobilienentwicklung steckte noch in den Kinderschuhen.

Fünf Jahrzehnte später ist die ECE auf dem Gebiet innerstädtischer Shopping-Center unangefochtene Marktführerin. Das Unternehmen entwickelt, plant, realisiert, vermietet und managt große Gewerbeimmobilien und entwickelt nicht nur Einkaufszentren, sondern auch Konzernzentralen, Bürohäuser, Logistikzentren, Bahnhöfe, Hotels sowie andere hochkomplexe Gebäudetypen.

Heute arbeiten europaweit rund 3.600 Mitarbeiter für die ECE. Sie machen das Unternehmen zu einem der innovativsten und anspruchsvollsten international tätigen Immobiliendienstleister. Anlässlich ihres 50-jährigen Bestehens haben wir nun im Auftrag der ECE diese ACROSS-Sonderausgabe erstellt, um Ihnen das spannende Familienunternehmen genauer vorzustellen.

Mit dieser ACROSS-Sonderausgabe richten wir uns an eine breitgefächerte Leserschaft – an nationale und internationale Investoren, Entwickler, Architekten, Handelsexperten, Einzelhändler und ECE-Mitarbeiter gleichermaßen. Sie alle sind Weggefährten, Zeugen und Begleiter von fünfzig Jahren Immobilienentwicklung und Handelsgeschichte. Begleiten Sie uns durch fünf Dekaden ECE. Wir wünschen Ihnen ein kurzweiliges, informatives und gewinnbringendes Lesevergnügen.

**Stephan Jung**  
Herausgeber ACROSS Magazine  
[s.jung@across-magazine.com](mailto:s.jung@across-magazine.com)

**Reinhard Winiwarter**  
Herausgeber ACROSS Magazine  
[r.winiwarter@across-magazine.com](mailto:r.winiwarter@across-magazine.com)



FOTO: ACROSS



## DIE ECE-STORY

- Fünfzig Jahre Leidenschaft für Immobilien** ..... 6  
Kaum ein anderes Unternehmen hat die Geschichte der Shopping-Center in Deutschland so nachhaltig beeinflusst wie die ECE.
- Der Jahrhundert-Mann** ..... 14  
Werner Otto war eine der herausragendsten Unternehmerpersönlichkeiten des zwanzigsten Jahrhunderts. 1965 gründete Otto die ECE.
- „Vereinfache deine Probleme“** ..... 16  
Unternehmenschef Alexander Otto erzählt in einem Gespräch von seinen ersten Schritten im Immobilienbusiness, ergriffenen Chancen sowie den Kernkompetenzen der ECE.

- Center im Wandel der Zeit** ..... 18  
Von Plattenbauten vor den Toren der Stadt bis hin zu architektonischen Highlights im Herzen der City – ein Spaziergang durch 50 Jahre Center-Geschichte.



## ECE IM BILD

- Einzigartige Architektur** ..... 24  
Das architektonische Spektrum der ECE-Projekte reicht von dezent bis spektakulär. Eine Auswahl.

## REPORTAGE

- Endspurt zur Eröffnung** ..... 32  
Der Countdown läuft: In zwei Tagen soll das Milaneo seine Tore für die ersten Besucher öffnen. Ein Blick hinter die Kulissen eines fast fertigen Centers.

## INTEGRATION IN DIE STADT

- Die Bürger mitnehmen** ..... 38  
Die ECE will die Einwohner für ihre Centerprojekte begeistern und achtet daher darauf, sie frühzeitig zu informieren und einzubinden.

## REFURBISHMENT

- Die Modernisierungsprofis** ..... 42  
Für die ECE sind kontinuierliche Modernisierungen, Anpassungen und Erweiterungen von Shopping-Centern eine Kernkompetenz.

## OFFICE, TRAFFIC, INDUSTRIES

- Lösungen für anspruchsvolle Kunden** ..... 50  
Mit einem derzeitigen Bau- und Planungsvolumen von 1,5 Milliarden Euro ist die Sparte Office, Traffic, Industries der ECE eine wichtige Säule des Immobilienkonzerns.



## ARBEITEN BEI DER ECE

- „Da passte die ganze ECE in zwei Reisebusse“** ..... 58  
Die ECE beschäftigt etwa 3.600 Mitarbeiter, die mit dem Unternehmen oft mehr als nur ihren Beruf verbinden.
- Flexibel und familienfreundlich** ..... 62  
Motivierte Mitarbeiter gelten als Garant für den Erfolg eines Unternehmens. Daher fördert die ECE Chancengleichheit sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.
- Bei der Arbeit** ..... 66  
Die Tätigkeiten und die Persönlichkeiten der ECE-Mitarbeiter sind so vielfältig und spannend wie das Unternehmen selbst.



## IM CENTER MIT DER ECE

- Beste Bedingungen für gute Geschäfte** ..... 70  
Ihren Mietern bietet die ECE Top-Standorte in 16 Ländern.
- Das sagen die Mieter** ..... 76  
Was die Retailer mit der ECE verbindet und was sie an der Zusammenarbeit schätzen, erzählen sie an dieser Stelle.
- Diskussion mit Top-Entscheidern** ..... 74  
Einmal jährlich lädt die ECE Einzelhandelsvertreter zum Dialog ein.
- Essen mit Konzept** ..... 78  
Bis vor einigen Jahren führten Gastronomieflächen in Einkaufszentren eher ein Schattendasein. Mittlerweile zählen Food-Courts zu den Frequenzbringern.
- Shopping-Center reloaded** ..... 80  
Mit Services wie einfacherem Parken, digitalen Navigationsmöglichkeiten sowie Onlinebestellungen per Click&Collect macht die ECE ihre Center fit für die Zukunft.



## VERANTWORTUNG

- Nachhaltigkeit im Dialog** ..... 84  
Die ECE nimmt das Thema Nachhaltigkeit gemeinsam mit Mieterpartnern, Investoren und Wissenschaftlern in Angriff.
- „Ein sehr kritischer Gesprächspartner“** ..... 87  
Der Polarforscher und Abenteurer Arved Fuchs ist ständiges Mitglied im ECE-Nachhaltigkeitsbeirat. Im Interview erklärt er die Arbeit des Gremiums.
- Sinnstiftend** ..... 88  
Unternehmenschef Alexander Otto und die ECE stellen sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung, wobei verschiedene Stiftungen im Mittelpunkt stehen.



## IM ÜBERBLICK

- Entwickler – Manager – Weiterentwickler** ..... 90  
Das Leistungsspektrum der ECE erstreckt sich über den gesamten Lebenszyklus einer Immobilie. Darüber hinaus schuf sich das Unternehmen mit ihren beiden eigenen Fonds neue, flexible Investitionsvehikel.
- 50 Jahre ECE auf einen Blick** ..... 92  
Meilensteine der Unternehmensgeschichte.

## IMPRESSUM



1970 eröffnete die ECE das Alstertal-Einkaufszentrum in Hamburg-Poppenbüttel, ihrem heutigen Firmensitz. Seitdem wurde es mehrfach modernisiert und erweitert und zählt heute zu Europas feinsten Shopping-Adressen.



# FÜNFZIG JAHRE LEIDENSCHAFT FÜR IMMOBILIEN

Kaum ein anderes Unternehmen hat die Geschichte der deutschen Shopping-Center so nachhaltig beeinflusst wie die ECE. Inzwischen sind die Hamburger auch bei Firmenzentralen, Bürohäusern, Logistikzentren und Hotels ein etablierter Player.



Sorglos bauen und sich aufs eigentliche Kerngeschäft konzentrieren – das hat sich Versandhaus-Pionier Werner Otto beim Aufbau des Otto-Versands in den 1950er und 1960er Jahren immer gewünscht. Die Realität sah allerdings anders aus. Oft waren seine Bauprojekte mit viel Ärger verbunden. Also machte Werner Otto aus der Not eine Tugend und gründete 1965 ein eigenes und vom Versand unabhängiges Immobilienunternehmen – die ECE.

Der Firmengründer war dabei stets offen für neue Möglichkeiten. „Wer Großes vollbringen möchte, muss die Zeichen der Zeit richtig deuten und danach handeln“, sagte Otto einmal treffend. Und so wollte er neben dem Versandhandel auch in den stationären Handel einsteigen und neue Einzelhandelskonzepte ausprobieren.

In Anlehnung an das aus Schweden stammende Modell errichtete das junge Immobilienunternehmen zunächst sogenannte Gemeinschaftswarenhäuser in Kassel, Langenhagen und Braunschweig. Hier agierten Einzelhändler ohne eigene Firmierung und räumliche Trennung unter einem Dach – ein ähnliches Konzept wie die erfolgreichen Warenhäuser es boten, nur verkehrsgünstig an der Peripherie der Städte gelegen. Leider ließen sich damit kaum erstklassige Geschäftsleute als Mieter gewinnen. Für Werner Otto war daher schnell klar, dass Gemeinschaftswarenhäuser keine Zukunft haben würden.

In den USA und Kanada hatte er die ersten richtigen Shopping-Center gesehen: „Was mich beeindruckte, war die kundenfreundliche Vielfalt der Läden in den Einkaufszentren.“ Diese wollte Otto auch in Deutschland einführen. Das Erfolgsrezept des neuen Immobilientyps: Die Center sollten überdacht und damit wetterunabhängig sein, verkehrsgünstig liegen und ausreichend viele Parkplätze anbieten. Vor allem aber sollte der Kunde hier jeden Artikel vorfinden, den er mindestens einmal im Jahr kaufen möchte.

## DAS ERSTE SHOPPING-CENTER

Am 23. Oktober 1969 war es so weit. Mit dem Franken-Center eröffnete die ECE in Nürnberg-Langwasser ihr erstes Shopping-Center. Diesem Pilotprojekt folgten das Alstertal-Einkaufszentrum in Hamburg sowie eine Vielzahl weiterer Center, die sich bis heute im Management des Familienunternehmens befinden.

Mittlerweile hatte sich das auf knapp 100 Mitarbeiter gewachsene Unternehmen umfassendes Know-how in der Entwicklung, Planung und Vermietung sowie dem Bau von Einkaufszentren erarbeitet. Doch die Umsatzzahlen ließen zu wünschen übrig (siehe auch den Rückblick von Dr. Heinrich Kraft auf Seite 11). Rechtzeitig beschloss Werner Otto in der Ölkrise Anfang der 70er Jahre, die Entwicklung neuer Shopping-Center einzustellen und verordnete der ECE stattdessen eine Zeit der Konsolidierung und Diversifikation.



Der Besucherandrang bei der Eröffnung des Hamburger Alstertal-Einkaufszentrums 1970 sprengte sämtliche Erwartungen.

## WACHSTUMSSTOPP UND DIVERSIFIKATION

Der verordnete Wachstumsstopp beim Center-Neubau erwies sich als goldrichtig. Die ECE konnte verhindern, dass das Unternehmen während der Ölkrise mit unbebauten Grundstücken und halbfertigen Objekten in Schwierigkeiten geriet. Stattdessen erweiterte sie ihr Geschäftsfeld und realisierte 1974 ihr erstes Büroprojekt. Die DG Bank hatte sie mit dem Ausbau und der Vermietung des 41-stöckigen Cityhauses am Platz der Republik in Frankfurt beauftragt. Als weiteres Großprojekt folgte 1979 das Frankfurter Büro-Center. Es war während der Ölkrise unvollendet geblieben und hatte wegen des großen Baukosten- und Vermietungsrisikos über Jahre keinen Käufer gefunden. Auch hier deutete Werner Otto die Zeichen der Zeit richtig und handelte: Er kaufte mehrere Bürogebäude, die die ECE fertigstellte und anschließend erfolgreich vermietete und verkaufte.



Das erste Büroprojekt realisierte die ECE 1974 in Frankfurt am Main: Ausbau und Vermietung des 41-stöckigen Cityhauses im Auftrag der DG Bank.

Dabei zeigte sich, dass die ECE-Mitarbeiter ihre gewachsene Leidenschaft für komplexe Einzelhandelsprojekte auch auf andere Immobilientypen übertragen konnten. „Ihre hanseatischen Werte der Partnerschaftlichkeit und Verlässlichkeit wurden auch hier wertgeschätzt, ebenso wie die Maxime, den Kunden Lösungen für

„50 Jahre ECE – eine großartige unternehmerische Leistung. Über 20 Jahre verfolge ich die Entwicklung der ECE aus nächster Nähe und konnte miterleben, wie aus einem mittelständisch geprägten Developer und Manager von Shopping-Centern ein multinational tätiges, erfolgreiches Investmenthaus wurde. Da kann man nur den Hut ziehen und herzlichst gratulieren.“



FOTO: DEUTSCHE EUROSHOP AG

**CLAUS-MATTHIAS BÖGE**  
Sprecher des Vorstands der Deutsche EuroShop AG







Am 23. Oktober 1969 öffnete mit dem Franken-Center in Nürnberg die erste Shopping-Center-Eigenentwicklung der ECE ihre Pforten.



komplexe Anforderungen aus einer Hand zu bieten“, erinnert sich Dr. Heinrich Kraft, der 1974 die Geschäftsleitung übernommen hatte. So realisierte die ECE unter anderem als Generalplaner und Projektmanager eine neue Firmenzentrale für den Otto-Versand in Hamburg. Und das Unternehmen entwickelte Logistikimmobilien, etwa für den Heine Versand in Karlsruhe oder den Schwab Versand in Langenselbold.

**WIE AUS DER ECE  
DIE ECE WURDE**

Aus der ursprünglichen „Werner Otto Vermögensverwaltung GmbH“ entwickelte sich rasch die „Werner Otto Grundstücks-Entwicklung GmbH“. Ein prägender Name war dies jedoch nicht, und so sollte ein firmeninterner Wettbewerb Abhilfe schaffen. Der Namensvorschlag „KG Einkaufs-Center Entwicklung mbH“ überzeugte die Geschäftsführung, und der Namensfinder erhielt – so ist es überliefert – sechs Flaschen Champagner als Belohnung. Aufgrund des langen Firmennamens wurde das Unternehmen von Mitarbeitern und Kunden bald darauf nur „ECE“ genannt. Die drei Buchstaben wurden zum Markenzeichen. Als dann die Produktpalette und das Dienstleistungsspektrum den Rahmen der „Einkaufs-Center“ zunehmend sprengte, änderte das Unternehmen 1979 seinen Namen schließlich offiziell zu „ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG“.

**NEUE CENTERTYPEN –  
HANDEL FINDET STADT**

Anfang der 1980er Jahre prüften die ECE-Experten schließlich erneut Investitionsmöglichkeiten im Einzelhandel. Da zu jener Zeit immer mehr Fachmärkte außerhalb der Stadtgrenzen eröffneten, drohte immer mehr Innenstädten die Abwanderung von Kaufkraft. Während die meisten Center-Entwickler weiterhin auf Neubauten „auf der grünen Wiese“ setzten, traf die ECE die strategische Entscheidung, den Bau zentraler Einkaufsgalerien in Angriff zu nehmen.

Doch während es lange Zeit vergleichsweise einfach gewesen war, für die Standorte an der Peripherie Genehmigungen zu erhalten, stellte sich die Situation nun in den Citys gänzlich anders dar. Daher achtete die ECE von Anfang an darauf, dass sich die innerstädtischen Center in ihr Umfeld einfügen.

Den Prüfstein dafür lieferte das Löhr-Center, das die ECE 1984 in Koblenz eröffnete. Mit dem allgemeinen wirtschaftlichen Aufschwung folgten dann Schlag auf Schlag die nächsten innerstädtischen Projekte: 1986 in Remscheid, 1989 in Neunkirchen, 1992 in Hamm. In Braunschweig und Bochum wurde mit dem Umbau ehemaliger Warenhäuser das „City-Point“-Konzept eingeführt. Mit der konsequenten Entwicklung innerstädtischer Einzelhandelsstandorte übernahm die ECE eine Pionierfunktion im Shopping-Center-Markt.

**EXPANSIONSTREIBER „DEUTSCHE  
WIEDERVEREINIGUNG“**

Bald fasste das Immobilienunternehmen die nächste Expansion ins Auge: das europäische Ausland. Besonders angetan hatte es den ECE-Entwicklern der spanische Einzelhandelsmarkt. „Palmen, Orangen, Sonne – ein hochbegeistertes Team ging nach Spanien“, erinnert sich der damalige ECE-Chef Dr. Heinrich Kraft, „doch dann fiel die Mauer.“ Die Zeichen der Zeit waren da nicht schwer zu deuten. Die ECE beorderte das Spanien-Team zurück und nutzte ihre Chance auf dem neuen Heimatmarkt.

Im Gegensatz zu vielen anderen Center-Entwicklern verzichtete das Unternehmen auf „Billigprojekte“ am Rande der Städte und konzentrierte sich weiterhin



Für Philips errichtete die ECE 2005 die Firmenzentrale in Hamburg.

# HAPPY BIRTHDAY

BREUNINGER.  
DER DEPARTMENT-STORE  
FÜR FASHION, BEAUTY,  
ACCESSOIRES, SCHUHE UND  
DIE SCHÖNEN DINGE  
DES LEBENS GRATULIERT  
ZU 50 JAHREN ECE.







konsequent auf die Innenstädte. Als erste ECE-Shopping-Galerie in den neuen Bundesländern eröffnete 1994 das Oder-Center in Schwedt, zahlreiche weitere folgten. Ziel war es, den Aufbau Ost voranzutreiben – mit Konzepten, die sowohl unter wirtschaftlichen als auch unter städtebaulichen Aspekten richtungweisend waren und bis heute sind.

### DIE INTERNATIONALISIERUNG

Die geplante Internationalisierung vollzog die ECE schließlich unter Alexander Otto, dem jüngsten Sohn des Firmengründers, der im Jahr 2000 die Leitung des Unternehmens übernahm. Der Schritt in den spanischen Markt folgte zwar erst 2010 mit der Übernahme der Auxideico Gestión und ihren 14 Centern im Management. Doch zuvor expandierte die ECE bereits kräftig in Osteuropa.

Als erstes Center außerhalb Deutschlands eröffnete 2001 die „Galeria Dominikańska“ im polnischen Breslau. Nach Polen folgten zunächst Ungarn und Tschechien, wo die ECE 2008 mit den Arkády Pankrác in Prag ihr 100. Center im Management feierte.

Dank zweier Immobilien-Schwestergesellschaften verfügt sie auch über beste Beziehungen nach Übersee: Die Paramount Group in New York managt Immobilien an der US-Ostküste. Die Immobiliengruppe Park Property im kanadischen Toronto hingegen ist vor allem auf Wohnungen und Gewerbeflächen spezialisiert. Durch Beteiligungen Alexander Ottos profitiert die ECE zudem vom um-

„Die ECE genießt zu Recht den Ruf eines absolut zuverlässigen Geschäftspartners. Was Europas Marktführer vor allem auszeichnet, ist sein aktives, weil vorausschauendes Center-Management, gestützt auf eine enge Betreuung der Mietpartner. Davon profitieren unsere Investoren.“



**DIRK HASSELBRING**  
Vorsitzender der Geschäftsführung von Hamburg Trust

FOTO: HAMBURG TRUST

fangreichen Know-how-Austausch mit Developers Diversified Realty (DDR, derzeit ca. 400 Objekte) und Sonae Sierra Brasil, SA (derzeit zwölf Objekte), den führenden Shopping-Center-Unternehmen in Amerika beziehungsweise Brasilien.

### NEUER GESCHÄFTSBEREICH OFFICE, TRAFFIC, INDUSTRIES

Chancen für Wachstum sieht Alexander Otto weiterhin aber auch bei anderen Immobilienarten. 2007 entstand der eigenständige Geschäftsbereich Office, Traffic, Industries. Mit diesem hat sich das Familienunternehmen nicht nur bei Büro- und Logistikprojekten einen Namen gemacht. Erfolgreich ist es auch mit Konzernzentralen, etwa für ThyssenKrupp in Essen oder Philips in Hamburg, Hotels wie dem Motel One in Wien oder mit Wohnungsbauprojekten, darunter der Alster-campus oder die Mitte Altona in Hamburg. Seit der Umgestaltung des Hauptbahnhofs in Leipzig 1997 hat die ECE auch ihre Kompetenz bei der Revitalisierung von Verkehrsstationen mehrfach unter Beweis stellen können, zuletzt bei der BahnhofCity Wien Hauptbahnhof.

### NEUE IMPULSE DURCH WEITERE GESCHÄFTSMODELLE

Zwar sind die Märkte in Europa zunehmend gesättigt, sodass es künftig vermutlich weniger Center-Neuentwicklungen geben wird. Beste Wachstumschancen hat die ECE jedoch durch ihre Refurbishment-Kompetenz, die sie bei zahlreichen komplexen Projekten wie dem Marstall



# „WIR MUSSTEN UNS ALLES ERST ERARBEITEN“

„Werner Otto setzte als Erster in Deutschland die Idee geschlossener Shopping-Center um – und das mit einer Handvoll Leuten, die von Einkaufszentren wenig Ahnung hatten. Bis 1973 hatten sie sieben Center eröffnet. Damals stand ich stundenlang mit ihm am Stehpult und analysierte die Umsätze. Die ECE-Mitarbeiter wussten mittlerweile, wie man ein Einkaufszentrum bauen konnte. Aber im Management hatten sie noch keinerlei Erfahrung! Ergebnis: Drei der sieben Center hatten 1973 arge Defizite.

1974 kam die Ölkrise, und Werner Otto stellte alle Entwicklungen ein. In dieser Zeit fragte er mich, ob ich die Verantwortung für die ECE übernehmen würde. In der Konsolidierungsphase mussten wir hart an den Shopping-Centern arbeiten, damit sie wieder in Ordnung kamen. Das Wissen hierfür mussten wir uns selbst erarbeiten. Der Mietvertrag

musste verbessert werden: Der ursprüngliche enthielt zum Beispiel Konkurrenzklauseln. So konnten wir in einem Center kein zweites Schuhgeschäft ansiedeln.

Die Center performten auch deshalb so schlecht, weil der Umsatzentwicklung nicht genügend Beachtung geschenkt wurde. Ein Center wurde gar von einem Makler vermietet, und zwar nach dem Motto: Wer die höchste Miete zahlt, kommt rein. Und wo im Center er hinkam, das spielte gar keine Rolle. Wir erarbeiteten uns dann, wo jeweils der beste Platz für eine Bank, eine Apotheke etc. ist. Wir handelten nach dem Grundsatz: Wenn es dem Mieter gut geht, geht es auch dem Vermieter – und damit dem Investor – gut. Dadurch, dass wir uns alles Wissen selbst erarbeitet hatten, lernten wir das Geschäft von der Pike auf.“



**DR. HEINRICH KRAFT**  
Geschäftsführer der ECE von 1974 bis 2000, erinnert sich an die Anfänge der ECE.

Partnerschaft ist unser Fundament

Berlin Hyp

Zum Jubiläum die besten Wünsche!

## Starke Leistungen auch in den nächsten 50 Jahren.

Die Berlin Hyp gratuliert der ECE zu ihrem 50-jährigen Jubiläum und einem halben Jahrhundert erfolgreicher Tätigkeit rund um die Realisierung und das Management großer Gewerbeimmobilien. Seit Jahren sind wir Partner der ECE und standen ihr u. a. bei der Realisierung der Shoppingcenter Galeria Kaskada in Szczecin und MILANEO in Stuttgart zur Seite. Wir freuen uns auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit.

www.berlinhyp.de



Geschäftsbereich Industries: Der Hermes Zentral-HUB in Hessen wurde im Oktober 2008 fertiggestellt.



Ein besonderes Zeichen für das Zusammenwachsen von Ost und West war die Eröffnung der Potsdamer Platz Arkaden in Berlin am 2. Oktober 1998.



in Ludwigsburg oder der Hamburger Meile in Hamburg zeigen konnte. Die ECE hat sich so vom reinen Entwickler zum Weiterentwickler von Immobilien gewandelt.

An Bedeutung gewonnen hat auch das Management von Shopping-Centern für Fremdinvestoren und andere Entwickler. Durch die große Zahl an betreuten Centern kann die ECE für internationale Retailer der perfekte Türöffner im europäischen Markt sein.

Die 2011 gegründete eigene Fondsgesellschaft ECE Real Estate Partners mit ihren beiden ECE European Prime Shopping Centre Funds erwirbt Einkaufszentren mit Wertsteigerungspotenzial, die dann wiederum von der ECE betrieben, vermietet und weiterentwickelt werden.

ECE-Center sind Orte, an denen die Menschen gern ihre Freizeit verbringen, wie hier bei einer Varieté-Aufführung im Limbecker Platz in Essen.



Durch das strategische Joint Venture mit METRO PROPERTIES hat sich die ECE auch die Marktführerschaft im Fachmarktsegment gesichert: Die dabei gegründete Gesellschaft „MEC METRO-ECE Centermanagement GmbH & Co. KG“ (MEC) ist für den Betrieb, die Vermietung und die Weiterentwicklung von mittlerweile 43 Fachmarktzentren in Deutschland zuständig.

### MARKTFÜHRERSCHAFT DURCH INNOVATION

Neue Partnerschaften, erweiterte Geschäftsfelder und Finanzierungsmöglichkeiten, nachhaltige Immobilien und sich wandelnde Einzelhandelstrends: Stillstand ist in der Welt der ECE ein Fremdwort. Trotz hanseatischer Bodenständigkeit hat sich das Familienunternehmen den Pioniergeist ihres Gründers bewahrt. Und so sieht Alexander Otto als künftiges Ziel nicht primär quantitatives Wachstum, sondern qualitative Marktführerschaft durch Innovation. Beispiel dafür sind die beiden sogenannten „Future Labs“ – zwei Center, in denen innovative Services aus der digitalen und analogen Welt getestet und bei Erfolg auf weitere Center ausgerollt werden. ECE-Center sind nicht mehr nur Einkaufsstätten, sondern Orte zum Wohlfühlen, an denen man gern seine Freizeit bringt.

Die Zeichen der Zeit richtig erkennen und danach handeln, hatte sich ECE-Gründer Werner Otto einst vorgenommen. Auch seinen Nachfolgern scheint dies geglückt zu sein. Eine Geschichte des stationären Handels in Deutschland ohne die ECE, die mittlerweile



Im August 2014 übernahm die spanische ECE-Tochter Auxideico das Management eines der größten Einkaufszentren des Landes, der Marineda City in La Coruña.

rund 3.600 Mitarbeiter zählt, erscheint heute undenkbar. Und welche Herausforderungen sind in den kommenden Jahren zu erwarten? „Es gibt nie einen Status quo, an dem man einfach festhalten kann. Die Ansprüche unserer Kunden, Mieterpartner und Investoren werden sich auch künftig fortlaufend

ändern“, so Alexander Otto. „Diese Kundenwünsche stehen für uns im Mittelpunkt. Wir müssen neue Anforderungen schnell erkennen und darauf reagieren. Zu tun gibt es daher auf jeden Fall genug.“



50 Jahre ECE

Wir gratulieren zum Jubiläum!



# DER JAHRHUNDERT-MANN

Werner Otto war eine der herausragendsten Unternehmerpersönlichkeiten des zwanzigsten Jahrhunderts. Mit dem Aufbau seines Versandhandels schrieb er deutsche Nachkriegsgeschichte. 1965 gründete Otto die spätere ECE.



„Das Glück kann einem zwar die Hand reichen, aber für den Erfolg muss man selber sorgen.“ Getreu dieser Überzeugung zeigte der deutsche Versandhauspionier Prof. Dr. h. c. Werner Otto Mut zur Tat, in seinem unternehmerischen Wirken ebenso wie in seinem gesellschaftlichen Engagement.

Den Anfang nahm sein ereignisreiches Leben 1909 im brandenburgischen Seelow. Als Sohn eines Lebensmittelhändlers musste Werner Otto nach dem Konkurs des Vaters das Gymnasium ohne Abschluss verlassen. Er absolvierte eine Lehre und machte sich darauf als Einzelhandelskaufmann in Stettin selbstständig. Nicht immer stand ihm das Glück zur Seite: 1934 wurde er wegen des Schmuggels von Anti-Hitler-Flugblättern zu zwei Jahren Gefängnis verurteilt. Aus der Haft entlassen, eröffnete der 27-Jährige einen Zigarrenladen in Berlin, danach ein Schuhgeschäft im westpreußischen Kulm. Als mittellosen Flüchtling verschlug es Otto schließlich nach dem Zweiten Weltkrieg nach Hamburg. Jene Stadt, in der er zu einer Unternehmerlegende aufsteigen sollte.

## SEINE ERSTE FIRMENGRÜNDUNG SCHEITERTE

Zunächst scheiterte er jedoch mit der von ihm gegründeten Schuhfabrik. Dazu kommentierte Otto Jahre später: „Wer statisch denkt und nicht den Mut hat, Fehler zu machen, der sollte kein Unternehmer werden.“ Und so wagte er gleich den nächsten Versuch und hob am 17. August 1949 mit einem Startkapital von 6.000 Mark den „Werner Otto Versandhandel“ aus der Taufe. Der erste Katalog kam 1950 in einer Auflage von 300 Exemplaren auf den Markt, war handgebunden und präsentierte auf



**PROF. WERNER OTTO (1909 – 2011):** „Wer statisch denkt und nicht den Mut hat, Fehler zu machen, der sollte kein Unternehmer werden.“

14 Seiten 28 Paar Schuhe. Der Pionier führte dabei den Kauf auf Rechnung ein. In der Folgezeit entwickelte sich der Otto-Versand zum Universalversender mit einem breitangelegten Warensortiment. Heute erzielt das Unternehmen mehr als 80 Prozent seines Umsatzes im Internet und ist Teil der weltweit agierenden Otto Group, die über 54.000 Mitarbeiter hat und zu der zahlreiche weitere Tochtergesellschaften wie Hermes oder SportScheck zählen.

## AUFBRUCH INS IMMOBILIEN-GESCHÄFT

Da er sich beim Versandhandel auf das Kerngeschäft konzentrieren wollte, statt sich mit Problemen bei notwendig gewordenen Bauprojekten herumzuschlagen, rief der umtriebige Visionär 1965 eine eigene Firma für Immobilienaktivitäten in Deutschland ins Leben: die (spätere) ECE. Zunächst errichtete sie in Kassel, Langenhagen und Braunschweig Gemeinschaftswarenhäuser. Der Unternehmer erkannte jedoch rechtzeitig, dass dieses Handelsformat keine Zukunft haben würde. Und er entsann sich der ersten, viel kunden-

freundlicheren Shopping-Center, die er in den USA und Kanada gesehen hatte. Dort war er Anfang der 1960er ins Immobiliengeschäft eingestiegen und hatte in Toronto die heutige Park Property und später in New York die Paramount Group gegründet. Es war Werner Otto, der das Konzept der Einkaufszentren nach Deutschland brachte. Als erste Eigenentwicklung eröffnete er am 23. Oktober 1969 das Franken-Center in Nürnberg, gefolgt vom Hamburger Alstertal-Einkaufszentrum. 1974 gab der Gründer der ECE den Vorsitz der Geschäftsführung an Dr. Heinrich Kraft ab.

Der gesellschaftlichen Verantwortung eines erfolgreichen Unternehmers wurde sich Werner Otto bereits frühzeitig bewusst. Er engagierte sich für vielfältige soziale Zwecke. Nur ein Beispiel: die von ihm 1969 gegründete Werner Otto Stiftung, die medizinische Forschung an Hamburger Krankenhäusern fördert. Für sein unternehmerisches und soziales Engagement erhielt er etliche Orden und Auszeichnungen, darunter das Großkreuz des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland und die Ehrenbürgerschaft Berlins.



Es war Werner Otto (links), der das Konzept der Einkaufszentren aus Kanada und den USA nach Deutschland brachte.

## VOLLER LEBENSFREUDE

Privat zogen sich Aufgeschlossenheit, Geselligkeit und Lebensfreude wie ein roter Faden durch das erfüllte Leben des Paradeunternehmers. Doch er liebte auch lange Spaziergänge, auf denen er Kraft schöpfen und Entscheidungen treffen konnte. Erfolgreiche Entscheidungen. Nach seinem Tod 2011 würdigte ihn Altbundeskanzler Helmut Schmidt mit folgenden Worten: „Werner Otto bündelt in seiner Person die hellen Seiten der jüngeren Geschichte.“



Liebe ECE,  
wir gratulieren  
herzlich  
zum Jubiläum  
und danken für  
35 Jahre erfolgreiche  
Zusammenarbeit.

Hamburgs Drogeriemarkt Nr. 1  
Seit 1912.



Jeden Tag Gutes tun.



# „VEREINFACHE DEINE PROBLEME“

Alexander Otto lenkt seit mittlerweile 15 Jahren als CEO die Geschicke der ECE. In einem Gespräch erzählt er über seine ersten Schritte im Immobilienbusiness, ergriffene Chancen und Kernkompetenzen des Unternehmens.



**ACROSS: WENN SIE JEMANDEN, DER NOCH NIE VON DER ECE GEHÖRT HAT, DAS UNTERNEHMEN BESCHREIBEN MÜSSTEN, WIE WÜRDIE DIESE BESCHREIBUNG AUSFALLEN?**

**ALEXANDER OTTO:** Wir sind ein voll integriertes Immobilienunternehmen, das seinen Investoren ein Rundum-sorglos-Paket bietet. Dabei decken wir die gesamte Wertschöpfungskette im Lebenszyklus einer Immobilie ab. Das beginnt beim Entwurf und der Architektur eines Gebäudes. Wir entwickeln, bauen, vermieten und managen die Immobilie für unsere Kunden. Da wir alle Dienstleistungen im eigenen Hause erbringen, haben wir viele Synergien.

**ACROSS: UND WAS MACHEN SIE DEN GANZEN TAG?**

**OTTO** (lacht): Das ist schwierig zu beschreiben. Selbst nach über zwanzig Jahren in der ECE ist jeder neue Tag spannend und herausfordernd. Natürlich ist es als CEO wichtig, die Strategie des Unternehmens zu steuern, neue Zielsetzungen zu etablieren und sicherzustellen, dass unsere Kunden und Investoren mit unserer Arbeit zufrieden sind. Das gelingt uns zum Glück sehr gut. Manchmal ist es auch einfach nur wichtig, präsent zu sein. Wenn es die Situation erfordert, muss ich schon mal Feuerwehr spielen und kritische Themen aufgreifen. Und: Sie werden es kaum glauben, ich besuche bestimmt rund 100 Shopping-Center jährlich.

**ACROSS: SIE BESCHÄFTIGEN SICH TÄGLICH MIT IMMOBILIEN. WAS FINDEN SIE AN IHNEN SO INTERESSANT?**

**OTTO:** Interessant ist auf jeden Fall, dass Immobilien alles andere als immobil sind. Sie verändern sich ständig. Das betrifft Shopping-Center im Gegensatz zu anderen Immobilien, bei denen Nutzer in der Regel über einen längeren Mietvertrag verfügen, besonders stark. Die Anforderungen an Gebäude und Management ändern sich regelmäßig. Wir müssen darauf achten, dass der Branchenmix den Erwartungen der Kunden entspricht. Wir müssen neue Konzepte erkennen und prioritär ins Center bringen, sicherstellen, dass wir ein hochattraktives

Umfeld für unsere Mieter bieten. Was heißt, die besten Händler im jeweiligen Einzugsgebiet unter unserem Dach zu vereinen. Wir sorgen dafür, dass die Aufenthaltsatmosphäre in unseren Centern passt. Gastronomie ist unheimlich wichtig. Einkaufen wird immer mehr zu einem Erlebnis. Auch den Herausforderungen des Online-Handels müssen wir strategisch begegnen. Allgemein hat sich das Immobilienmanagement – das betrifft alle Arten von Immobilien – stark verändert. Das Selbstbewusstsein und Informationsbedürfnis der Investoren sind deutlich gestiegen, und wir reagieren in unseren Entscheidungszyklen viel klarer und schneller als vor Jahren.

**ACROSS: SIE HABEN VOR MEHR ALS ZWANZIG JAHREN ALS PROJEKTENTWICKLER IN DER ECE BEGONNEN. WAR DAS DAMALS EIN SPRUNG INS KALTE WASSER, ODER WAREN SIE AUF DAS IMMOBILIENGESCHÄFT VORBEREITET?**

**OTTO:** Nach meinem Studium in Harvard habe ich zwei Jahre lang in Amerika im Immobiliensektor gearbeitet. Ich war also nicht gänzlich unvorbereitet. Sehr stark geprägt hat mich aber mein Vater. Schon als Jugendlicher durfte ich ihn oft begleiten, und er hat sehr viel mit mir darüber gesprochen, wie er bestimmte Entscheidungen traf. Auch wenn die Immobilienbranche sein zweites Standbein war, hatte er eine besonders starke Bindung zu diesem Geschäft. Wir haben viele gemeinsame Gespräche darüber geführt.



Das 1998 eröffnete Schlosspark-Center Schwerin war das erste eigene Entwicklungsprojekt von Alexander Otto.

„Interessant ist auf jeden Fall, dass Immobilien alles andere als immobil sind. Sie verändern sich ständig.“



**ACROSS: ERGAB SICH FÜR SIE DARAUS DIE EINE ODER ANDERE MAXIME?**

**OTTO:** Mein Vater hatte damals ein Buch geschrieben und darin auch zehn wichtige Grundsätze für Unternehmer angeführt. Einige davon sind heute in den Werten unseres Unternehmens reflektiert. Aber es gibt einen Satz, der mich ganz besonders geprägt hat: „Bringe alle Dinge auf einen einfachen Nenner und vereinfache deine Probleme.“ Wir beschäftigen uns aktuell mit rund 200 bestehenden Shopping-Centern, arbeiten an über fünfzig Projekten unterschiedlichster Art. Jedes einzelne davon ist in sich betrachtet extrem komplex. Da gilt es, den Überblick zu bewahren und sich nicht in Projektdetails zu verlieren.

**ACROSS: SIND SIE MIT DEM UNTERNEHMENSBEREICH „OFFICE, TRAFFIC, INDUSTRIES“ EBENSO ZUFRIEDEN?**

**OTTO:** Sehr. In diesem Bereich haben wir derzeit Projekte mit einem Gesamtvolumen von 1,5 Milliarden Euro in der Pipeline. Da wollen wir uns weiterentwickeln. Wobei hier gilt: Nicht die Größe des Projektvolumens ist unser Maßstab, sondern die Qualität der Einzelprojekte.

**ACROSS: HABEN SIE LIEBLINGSPROJEKTE IM ECE-PORTFOLIO?**

**OTTO:** Wir waren natürlich besonders stolz, dass wir die große Unternehmenszentrale von ThyssenKrupp bauen durften. Wer kann schon die Zentrale für so einen großen Konzern bauen! Darüber hinaus handelte es sich um eine sehr qualitätsvolle Entwicklung, weil auch der Auftraggeber sehr anspruchsvoll war und in die modernste

Technik investierte. Auch das Schlosspark-Center Schwerin, mein erstes eigenes Entwicklungsprojekt, mag ich sehr. Es liegt mitten in der Stadt und ist seit mehr als 15 Jahren ausgesprochen erfolgreich. Ein anderes großes und schönes Projekt ist der Marmara Park in Istanbul. Von den anderen neueren Projekten ist aus meiner Sicht das Milano in Stuttgart ein richtiger „ECE-Meilenstein“. Es verdeutlicht, wie moderne Stadtentwicklung mit verschiedenen Nutzungsbauweisen heutzutage aussehen kann.

**ACROSS: ABER GRUNDSÄTZLICH WERDEN WIR – ZUMINDEST IN EUROPA – IMMER WENIGER NEUENTWICKLUNGEN IM SHOPPING-CENTER-SEGMENT SEHEN. DER TREND ZU REFURBISHMENTS, CENTERERWEITERUNGEN UND AUFWERTUNGEN NIMMT ZU. AUCH BEI DER ECE?**

**OTTO:** Ja, durchaus. Erst kürzlich haben wir über unseren Fonds einen Standort mit erheblichem Refurbishment-Potenzial erworben. Es handelt sich um eine ältere, nicht sehr funktionale Shopping-Passage in der Bielefelder Innenstadt in absoluter Bestlage. Daraus lässt sich ein völlig neues Center entwickeln. Das ist auch eine tolle Lösung für die Stadt. In diesen Bereichen sehen wir noch deutliches Potenzial. Handel ist Wandel. In den Innenstädten wird dieser Wandel stetig vollzogen. Das wird auch so bleiben. Weil das eine unserer Kernkompetenzen ist, ist die ECE bestens aufgestellt.







1956 entstand mit dem Southdale Center in Minneapolis das weltweit erste, in einem einzigen Gebäude integrierte Einkaufszentrum.

FOTO: SIMON PROPERTY GROUP

# CENTER IM WANDEL DER ZEIT

Nicht nur die Mode unterliegt dem Wandel, auch Shopping-Center folgen Trends. Von Plattenbauten vor den Toren der Stadt bis hin zu architektonischen Highlights im Herzen der City – ein Spaziergang durch 50 Jahre Center-Geschichte.



Es war ein ausgewandertes Österreicher, der in den 50er Jahren die Handelslandschaft in den USA nachhaltig verändern sollte: Viktor Gruen errichtete 1956 in einem Vorort von Minneapolis das erste Einkaufszentrum, das Southdale Center. Überdacht und vollklimatisiert. Die Geschäfte gruppierte Gruen auf vier Ebenen um ein großes Atrium, das auch für öffentliche Veranstaltungen parat stand. Nach und nach sollte sich dieser neue Immobilientypus auch in Europa durchsetzen und die seit dem 19. Jahrhundert florierenden Warenhäuser ergänzen.

Keine Dekade nach Gruens Pioniertat eröffnete im Mai 1964 mit dem Main-Taunus-Zentrum das erste offene Shopping-Center Deutschlands im hessischen Sulzbach. Es beherbergte unter anderem eine 32 Meter lange Automatenstraße, aus deren 13.000 Fächern die Kunden Lebensmittel und andere Produkte wie Schallplatten ziehen konnten. Dieses Kuriosum musste allerdings nach einigen Jahren wegen zahlreicher Einbrüche geschlossen werden. Seit 1998 wird das Center von der ECE gemanagt.

## MIT DEM AUTO ZUM EINKAUFBSBUMMEL

Bei Shopping-Centern der ersten Generation wie dem Main-Taunus-Zentrum handelte es sich um eingeschossige Großobjekte auf der „grünen Wiese“, die sich Prinzipien wie „Sicherheit, Sauberkeit, Service“ auf die Fahnen schrieben. Für eine angenehme Atmosphäre sorgten Pflanzen, Wasserspiele oder Skulpturen, denn statt zielstrebig mit dem Einkaufszettel durch die Mall zu marschieren, sollten die



Das Main-Taunus-Zentrum beherbergte eine 32 Meter lange Automatenstraße, aus deren 13.000 Fächern die Kunden Lebensmittel und andere Produkte wie Schallplatten ziehen konnten.

Kunden flanieren. Für die nötige Frequenz sorgten in der Regel Ankermieter an beiden Enden der Ladenstraße. Die Rechnung ging auf: Dank des zunehmenden Motorisierungsgrads im boomenden Nachkriegseuropa fuhren die Menschen gern mit dem eigenen Auto zum Bummeln ins Einkaufszentrum vor den Toren der Stadt.

Mitte der 60er Jahre hatte auch der Versandhaus-Pionier Werner Otto die neuen Handelskonzepte in den USA gesehen und sofort erkannt, dass die Einkaufszentren auch in Deutschland florieren könnten. Und so begann er als Erster in Deutschland mit der Entwicklung geschlossener Center nach dem amerikanischen Erfolgsrezept und legte den Schwerpunkt seiner Immobilienaktivitäten auf die Shopping-Center.

Das erste von der ECE entwickelte Einkaufszentrum war das Franken-Center in Nürnberg, das am 23. Oktober 1969 seine Pforten öffnete. Jeder Einzelhändler hatte seinen eigenen Laden, sein individuelles Schaufenster und firmierte unter seinem eigenen Namen – im Gegensatz zu den bis dahin üblichen Warenhäusern. Das spornte die Einzelhandelsmieter an. Und der Kundenandrang war enorm.

## ZURÜCK IN DIE INNENSTÄDTE

Ab den 70er Jahren folgten als zweite Shopping-Center-Generation mehrgeschossige Gebäude an überwiegend städtischen Standorten, sogenannte Stadtteilzentren. Als Beispiele lassen sich hier etwa das heute von der mfi gemanagte Forum Steglitz



Der 1988 eröffnete City-Point in Braunschweig: eine gelungene Umstrukturierung eines ehemaligen Warenhauses.

nennen, das sich zu einem beliebten Anziehungspunkt im Berliner Süden entwickelte, oder das 1972 von der ECE eröffnete Rhein-Center in Köln-Weiden.

Etwa zehn Jahre später kehrte der Einzelhandel zunehmend dorthin zurück, woher er ursprünglich gekommen war: in die Innenstädte. Die neuen Entwicklungen sollten dazu beitragen, die teilweise unattraktiv gewordenen Innenstädte zu stärken und die Kaufkraft von der „grünen Wiese“ wieder zurück-zuholen. Die spezielle Herausforderung bestand darin, die Einkaufszentren harmonisch in die gewachsene Innenstadtstruktur einzubetten. Zu den ersten innerstädtischen Einkaufszentren zählt das City Center Essen, das 1979 von der niederländischen Group Shopping Service B.V. in unmittelbarer Nähe zum Essener Rathaus gebaut wurde. In Koblenz weihte die ECE 1984 das Löhr-Center mit 120 Shops ein, mit direkter Anbindung an die Fußgängerzone und erstmals städtebaulich integriert sowie in die Bebauung eingepasst.



„Während meiner Zeit beim ICSC engagierte sich die ECE stets an vorderster Front, wenn es darum ging, eine Vordenkerrolle zur Zukunft von Shopping-Centern einzunehmen und mit anderen großen Investoren und Eigentümern zusammenzuarbeiten. Die ECE ist mit großer Entschlossenheit eine Reihe von Themen angegangen, die der Branche jetzt und in Zukunft zugutekommen werden, darunter auch Themen auf europäischer Ebene. Wenn ich an die ECE denke, dann denke ich aber vor allem an die vielen fantastischen Menschen, die dort arbeiten, und an deren Leidenschaft für die Branche, die wir alle kennen und lieben.“



FOTO: ICSC

**MIKE MORRISSEY**  
Executive Vice-President und Chief Global Coordination Officer beim ICSC







Das Rathaus-Center in Dessau war eines der ersten Einkaufszentren, das die ECE in den neuen Bundesländern eröffnete.



Der Hauptbahnhof Leipzig mit seinen rund hundert Shops gilt seit seiner Revitalisierung wieder als Glanzpunkt der Innenstadt.



In den Innenstädten von Braunschweig und Bochum wiederum realisierte die ECE Ende der 1980er Jahre mit den City-Points ein völlig anderes Konzept. Hier verwandelte sie ehemalige Hertie-Warenhäuser in moderne Einkaufswelten. Ihre Kennzeichen: ein lichtiges, von den zahlreichen Verkaufsebenen einsehbares Atrium, gläserne Fahrstühle, großzügige Rolltreppen sowie unterschiedliche Themen-Etagen. Das City-Point-System funktionierte so gut, dass es die ECE später mit dem Ring-Center an der Frankfurter Allee in Berlin als Neubau realisierte. Der Centertyp litt in der Folge jedoch an dem sich ändernden Kundenverhalten: An vielen Standorten sind die Kunden heute zu bequem, um mehr als drei Verkaufsebenen zu nutzen.

### BAUBOOM NACH WIEDER-VEREINIGUNG

Mit der Wiedervereinigung wandelte sich die deutsche Handelslandschaft nahezu über Nacht. „Nachholbedarf“ lautete das Schlagwort. Vor der Wende überzogen zwar Kaufhäuser die ehemalige DDR. Diese waren jedoch chronisch leer, sprich es gab nichts zu kaufen. Kein Wunder, dass ab 1990 etliche Städte bald das ehrgeizige Ziel verfolgten, Center anzusiedeln, um Kaufkraft für die Region zu binden. So entstanden etwa der Lausitz-Park am südwestlichen Stadtrand von Cottbus (1993) oder das Paunsdorf Center im Leipziger Osten (1994).

Auch die ECE nutzte die Gunst der Stunde, indem sie zahlreiche Galerien in den neuen Bundesländern realisierte. Dabei achtete sie von vornherein darauf, nur integrierte Innenstadtstandorte zu entwickeln – auch wenn das manchmal einige Jahre länger dauerte. Zu den schönsten Centern dieser Zeit zählt

sicherlich das Schlosspark-Center in Schwerin, in das die ECE historische Bausubstanz integrierte. Projektentwickler war damals übrigens der spätere Firmenchef Alexander Otto.



Das Löhr-Center in Koblenz feierte 1984 Eröffnung und unterhielt die Besucher mit einer schwindelerregenden Hochseilartistik-Show.

„Wichtiger als der richtige Weg ist die richtige Richtung.“  
Stefan Persson, Unternehmer

**Die ECE ist seit 50 Jahren auf Kurs. Wir wünschen weiterhin gute Reise!**

Allianz Real Estate Germany GmbH  
Charlottenstraße 3  
70182 Stuttgart







Ein völlig neues Erfolgskonzept erschloss die ECE ebenfalls in den 90er Jahren in Leipzig: Gemeinsam mit der Deutschen Bahn gestaltete sie den Hauptbahnhof bei laufendem Betrieb um und verwandelte ihn in eine moderne und kundenfreundliche Verkehrsstation mit integriertem Handels- und Dienstleistungszentrum. Der mit Architekturpreisen ausgezeichnete Leipziger Hauptbahnhof gilt heute als einer der schönsten Bahnhöfe der Welt.

### DAS EINKAUFSZENTRUM ALS MARKE

Überhaupt gewann die Architektur der Center zunehmend an Stellenwert. Einkaufszentren der ersten Generation wurden oft in einfacher Plattenbauweise gebaut und folgten dem klassischen „Knochen-Prinzip“ mit zwei Ankermietern an den Enden und der Mall dazwischen. Heute sind erfolgreiche Shopping-Center architektonisch wie funktional in die Städte integrierte Unikate, wenngleich sich die funktionalen Strategien und der Städtebau ständig weiterentwickeln. Hier werden nicht nur Marken verkauft – die Einkaufsgalerien positionieren sich selbst als Marke. Sie sind emotional aufgeladene Orte, die ihre Kunden über individuelle Gestaltung, einen maßgeschneiderten Branchenmix und hohen Erlebniswert an sich binden.

So zeichnet sich beispielsweise der Marmara Park in Istanbul durch sein futuristisches Design aus: Das Gestaltungsthema „Galaxie“ zieht sich optisch durch das gesamte Center. Planeten-Modelle und Beleuchtung schaffen eine spektakuläre Weltraum-

Im 2012 in Istanbul eröffneten Marmara Park zieht sich das Gestaltungsthema „Galaxie“ optisch durch das gesamte Center.



„Als unangefochtene Führer der Shopping-Center-Branche arbeiten die ECE als Privatunternehmen und die börsennotierte Unibail-Rodamco mit viel Einsatz daran, den Besuchern von Einkaufszentren jeden Tag ein herausragendes Erlebnis zu bieten. Die ECE ist ein sympathischer, aber anspruchsvoller Wettbewerber, den wir sehr respektieren – vor allem seit wir selbst in Deutschland aktiv sind!“



FOTO: UNIBAIL-RODAMCO

**CHRISTOPHE CUVILLIER**  
Chief Executive Officer und  
Vorstandsvorsitzender bei  
Unibail-Rodamco

Atmosphäre. Mit einer Mietfläche von rund 100.000 Quadratmetern ist es die bislang größte Eigenentwicklung der ECE – mit 250 Shops, einem Foodcourt mit zweitausend Sitzplätzen, Kino und Bowling-Center. Damit wird der Marmara Park zugleich den besonderen Entertainmentansprüchen der türkischen Kundschaft gerecht.

Kontrovers diskutiert, aber in jedem Fall auffällig und bei den Kunden beliebt ist das von Sonae Sierra entwickelte Alexa in Berlin. Das fünfgeschossige Gebäude ist mit einer Fassade in Rosa- und Rottönen verkleidet und sticht damit bereits von weitem ins Auge. Markenzeichen des 2007 eröffneten Centers sind die hochwertige Innengestaltung, zahlreiche verbindende Brücken von einer Mall-Seite zu anderen sowie einer der ersten großzügigen Food-Courts in Deutschland.

Neben individueller Architektur legen Shopping-Center einen immer stärkeren Fokus auf umfassenden Service. Um sich in der zunehmend digitalisierten Welt und gegenüber dem Onlinehandel zu behaupten, stärkt beispielsweise Unibail-Rodamco mit seiner 4-Sterne-Initiative Beratung, Serviceangebote und Erlebnischarakter seiner Einkaufszentren. Die ECE erweiterte ebenfalls ihre Service-Palette und testet mit den Future Labs innovative Technologien (siehe Artikel Seite 80-83).

Shopping-Center sind ein Spiegelbild der Gesellschaft und ihrer Konsumgewohnheiten. Und so unberechenbar wie Mode und Konsum der Zukunft sind, so wenig lassen sich heute langfristige Trends für die nächsten Shopping-Center-Generationen vorhersagen. Fest steht nur: Stillstand ist ausgeschlossen.



24/7 ONLINE-SHOPPING  
**DOUGLAS.DE**



*ECE feiert 50 Jahre  
Shopping-Spaß –  
wir feiern mit!*

**Douglas**

**Douglas**

YOUR PARTNER IN BEAUTY



# EINZIGARTIGE ARCHITEKTUR

Ein rekonstruiertes Schloss, eine perfekt in die Innenstadt integrierte Einkaufsgalerie oder eine Konzernzentrale für mehrere tausend Mitarbeiter. Das architektonische Spektrum der ECE-Projekte reicht von dezent bis spektakulär. Eine Auswahl.



**LIMBECKER PLATZ, ESSEN**  
Der Limbecker Platz in Essen setzt Akzente: Den Innenraum erschließen vier, in einem quadratischen Umlauf angelegte Themen-Malls, die in ihrer Gestaltung Assoziationen zu Amsterdam, Paris, Rom sowie Essen herstellen.



**THIER-GALERIE, DORTMUND**  
Bei der Thier-Galerie treffen historische und moderne Architektur formvollendet aufeinander. Für ein besonderes Raumerlebnis sorgt das viergeschossige „Haus im Haus“-Konzept im glasüberdachten Innenbereich.

„In wettbewerbsintensiven Märkten reicht es nicht, ein Shopping-Center wie alle anderen zu bauen. Nur mit einem individuellen, für den Standort passgenauen Architekturkonzept kann ein Center sich zu einer starken Marke entwickeln und sich langfristig behaupten.“



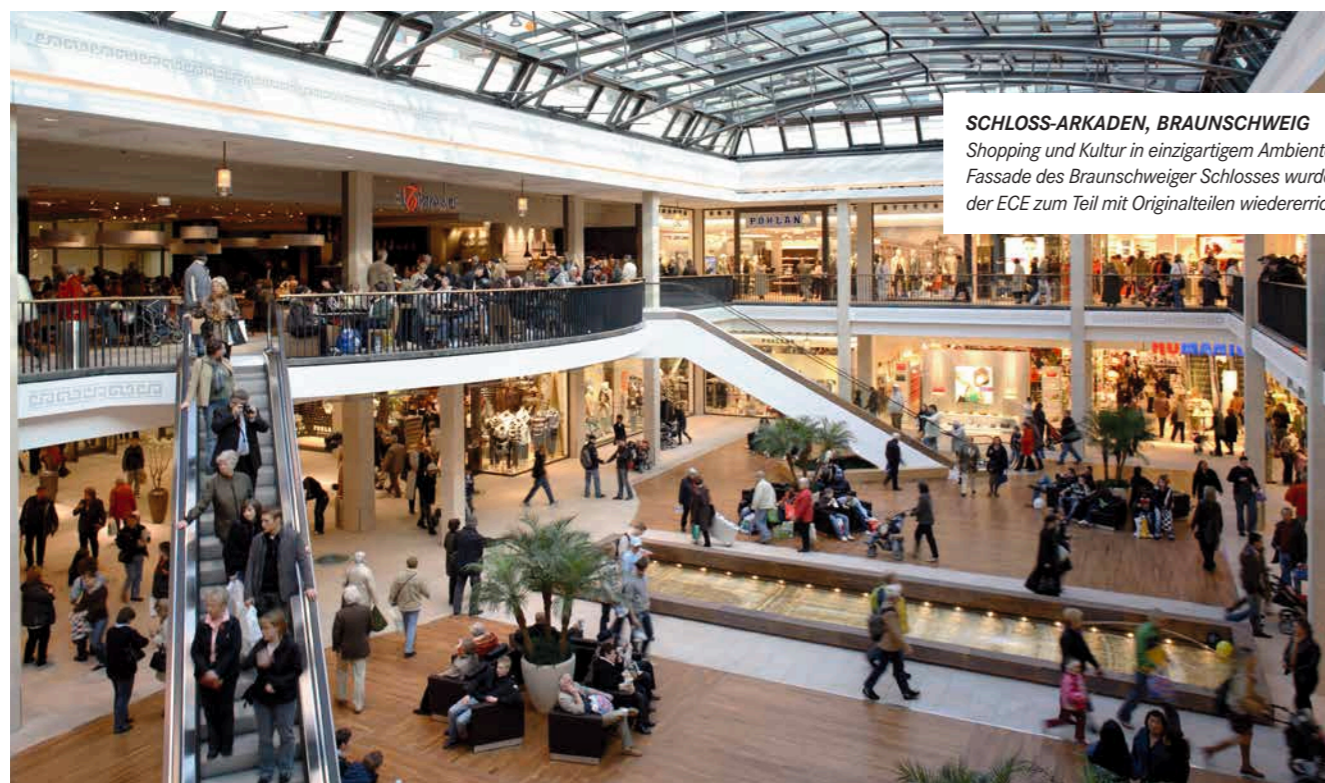
**MARKUS LENTZLER**  
Managing Director  
Architecture & Construction



**GALERIA KASKADA, STETTIN**  
Passt perfekt: zentrale Lage in der Stettiner Innenstadt und ein junges, modernes Architekturkonzept.



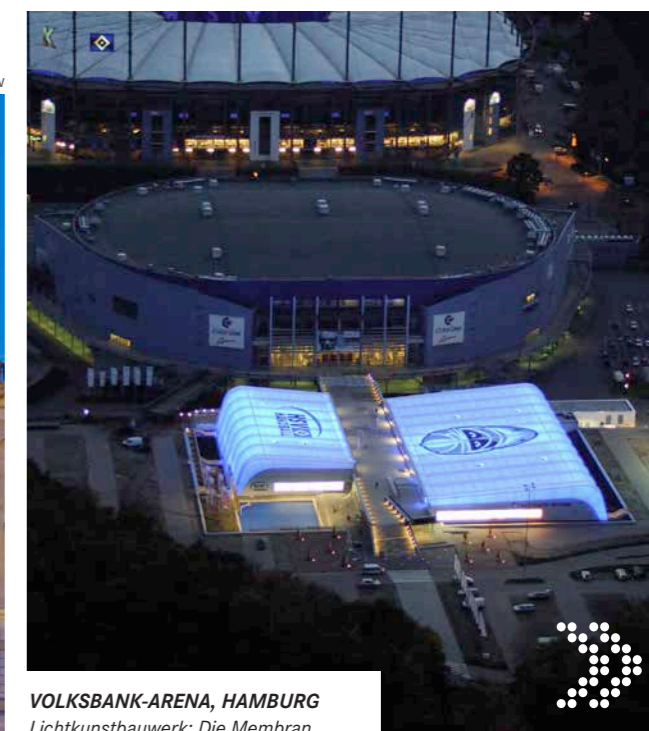




**SCHLOSS-ARKADEN, BRAUNSCHWEIG**  
*Shopping und Kultur in einzigartigem Ambiente: Die Fassade des Braunschweiger Schlosses wurde von der ECE zum Teil mit Originalteilen wiedererrichtet.*



FOTO: HANS JOACHIM KRUMLOW



**VOLKSBANK-ARENA, HAMBURG**  
*Lichtkunstbauwerk: Die Membran der Außenfassade der Eis- und Ballsportarena leuchtet bei Dunkelheit.*



**SKYLINE PLAZA, FRANKFURT**  
*Als Herz des neuen Europaviertels ist das Skyline Plaza in Frankfurt ein urbaner Treffpunkt, um die Freizeit zu verbringen. Die wechselnden Farben der Metal-Lamellen an der Außenfassade lassen das Gebäude für die Passanten lebendig erscheinen.*

**Danke für 50 Jahre Offenheit.**

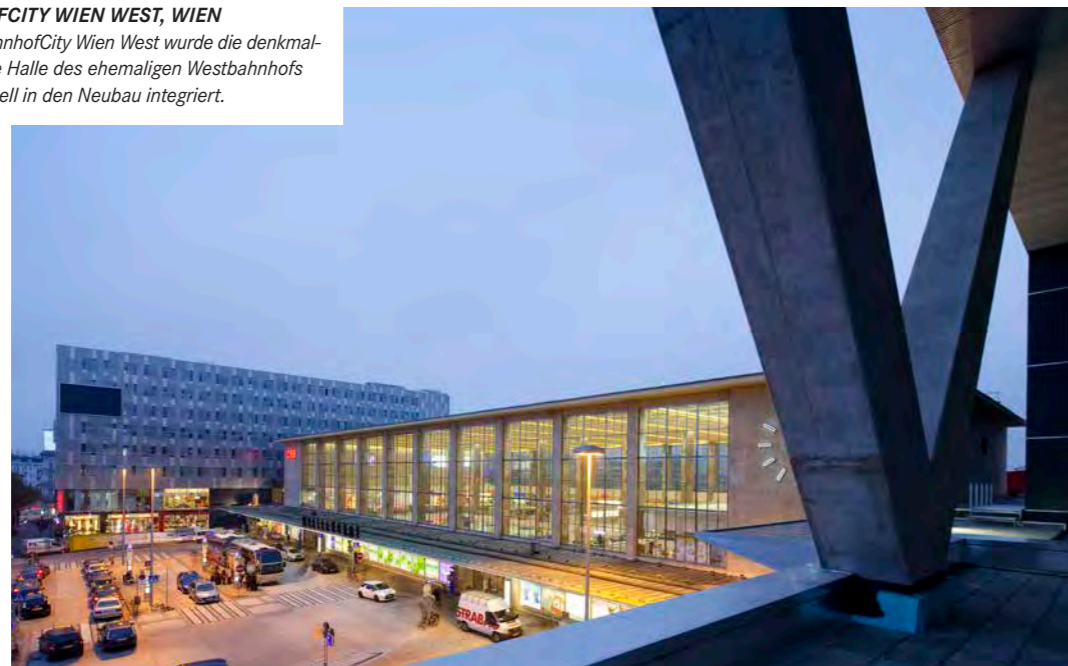
**dm-drogerie markt gratuliert zum Jubiläum.**  
Wir freuen uns auf weitere Projekte mit der ECE.

**dm**  
HIER BIN ICH MENSCH  
HIER KAUF ICH EIN



**BAHNHOF CITY WIEN WEST, WIEN**

Für die BahnhofCity Wien West wurde die denkmalgeschützte Halle des ehemaligen Westbahnhofs professionell in den Neubau integriert.



**ETTLINGER TOR, KARLSRUHE**

Der kathedralenartige Innenraum mit Glaskuppel und Stahlbögen verleiht dem Center ein großzügiges und helles Ambiente.



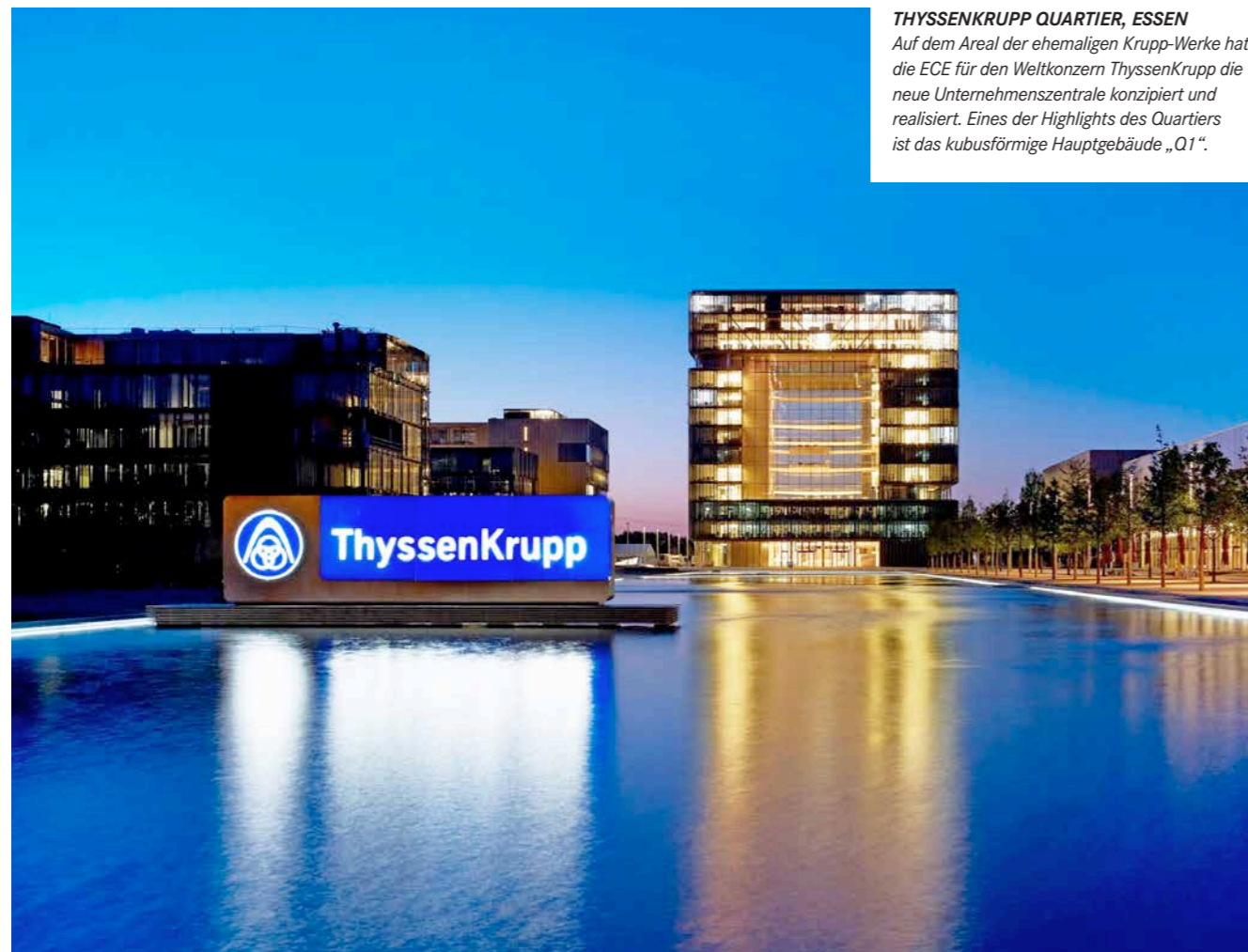
**SCHLOSSHÖFE, OLDENBURG**

Lebendiger Treffpunkt für Freizeit, Kultur und Handel – nur einen Steinwurf vom Oldenburger Schloss entfernt.



**THYSSENKRUPP QUARTIER, ESSEN**

Auf dem Areal der ehemaligen Krupp-Werke hat die ECE für den Weltkonzern ThyssenKrupp die neue Unternehmenszentrale konzipiert und realisiert. Eines der Highlights des Quartiers ist das kubusförmige Hauptgebäude „Q1“.



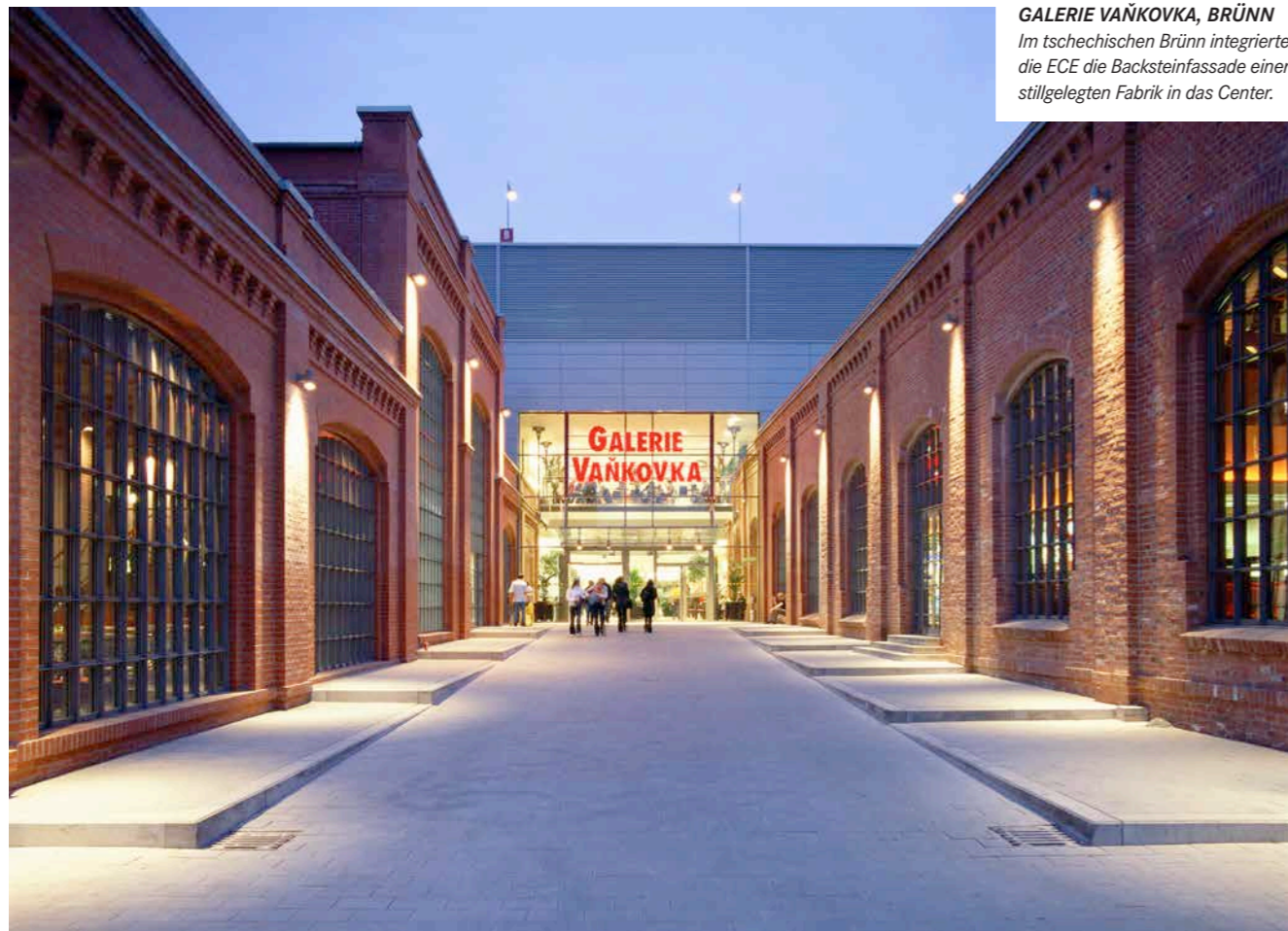
**WIR  
GRATULIEREN  
HERZLICH!**

**MOTEL ONE**

**50  
JAHRE  
ECE**

[WWW.MOTEL-ONE.COM](http://WWW.MOTEL-ONE.COM)





**GALERIE VAŇKOVKA, BRÜNN**  
 Im tschechischen Brunn integrierte die ECE die Backsteinfassade einer stillgelegten Fabrik in das Center.

# EINE ANSEHNLICHE PIPELINE

Auch die Shopping-Center, die die ECE derzeit baut, überzeugen durch besondere architektonische Gestaltung. Eine Auswahl.



**AQUIS PLAZA, AACHEN**  
 Innenarchitektonische Besonderheit: Die Shop-Fassaden an der Ladenstraße erstrecken sich zum Teil über zwei Etagen und verleihen dem Aquis Plaza ein einzigartiges Raumgefühl.



**HOLSTEN-GALERIE, NEUMÜNSTER**  
 Mit der Holsten-Galerie erhält die norddeutsche Stadt ein harmonisches Bindeglied zwischen dem etablierten Handelszentrum Großflecken und dem ICE-Bahnhof.



**RHEIN-GALERIE, LUDWIGSHAFEN**  
 Die dank des Centers neu geschaffene, attraktive Rheinpromenade lädt zum Verweilen ein.



**ALSTERTOR 21, HAMBURG**  
 In der Hamburger City planten die Architekten der ECE ein repräsentatives Bürohaus mit spektakulärem Blick über die Alster.



**ZIELONE ARKADY, BYDGOSZCZ**  
 Das größte Einkaufszentrum in der polnischen Stadt Bydgoszcz besticht vor allem durch eine fast dreißig Meter hohe Halle in Form eines nach oben ragenden Kristalls.

„50 Jahre ECE – das sind 50 Jahre Kompetenz und Erfahrung in der innovativen Entwicklung und dem erfolgreichen Management von attraktiven Shopping-Centern. Die DG HYP pflegt mit Europas Marktführer bereits seit mehr als zwei Jahrzehnten eine vertrauensvolle und partnerschaftliche Geschäftsbeziehung. Die ECE-Gruppe steht genauso wie die Genossenschaftliche Finanz-Gruppe für Stabilität und Nachhaltigkeit. Die gute und konstruktive Zusammenarbeit möchten wir auch zukünftig fortsetzen und gratulieren herzlich zum 50-Jahr-Jubiläum!“



FOTO: DG HYP

**DR. GEORG REUTTER**  
 Vorsitzender des Vorstands der DG HYP







# ENDSPURT ZUR ERÖFFNUNG

Der Countdown läuft: In zwei Tagen soll das Milaneo seine Tore für die ersten Besucher öffnen, doch im Inneren herrscht scheinbar noch Chaos. Ein Blick hinter die Kulissen eines fast fertigen Centers.



Lärm von allen Seiten: Hier ein Alarmton, dort eine Bohrmaschine, von links das stete Brummen eines Reinigungsfahrzeugs, dazu eine Durchsage des Centermanagements, dass ein Lieferwagen eine Zufahrt behindert. Kartons, Tonnen, Putzwerkzeuge und Regale verstellen die Mall. Die meisten Waschräume sind abgesperrt, Mülleimer und Sitzgelegenheiten fehlen noch gänzlich. Inmitten des Chaos hängen Servicekräfte Plakate auf oder eilen im Zickzack zu den Shops, um Ware einzuräumen und aufzuhängen.

Es ist Dienstag, der 7. Oktober 2014, später Vormittag. In zwei Tagen soll das Einkaufszentrum

Milaneo in Stuttgart eröffnet werden. Nur noch zwei Tage, bis das Center die Besucher mit offenen Toren und 200 perfekt eingerichteten Läden begrüßen soll. Ist das wirklich zu schaffen? Immerhin: Die Grobarbeiten sind längst abgeschlossen, und das sogar ein halbes Jahr schneller als ursprünglich geplant. Bis zu 1.200 Bauarbeiter ließen auf der Großbaustelle im Stuttgarter Europaviertel die dreistöckige Einkaufsgalerie in die Höhe wachsen. Sie hoben 330.000 Kubikmeter Erde aus, was rund 33.000 Lkw-Ladungen entspricht, verbauten 105.000 Kubikmeter Beton und verlegten 535 Kilometer Kabel.



Der Countdown läuft: das Milaneo zwei Tage vor der Eröffnung.

## BIENE MILA, MARIENKÄFER NEO

Nun, zwei Tage vor der Eröffnung, sagt Techniker Daniel Warthemann trocken nur ein Wort: „Netzwerkprobleme.“ Das sei der Grund, so der leger gekleidete Experte, warum der Bankomat der BW Bank im Erdgeschoss nicht mit Geld befüllt werden kann. Die Deutsche Telekom wolle das Problem in Kürze lösen. De facto wird es noch mehr als 24 Stunden dauern, bis die Worte „Außer Betrieb“ vom Bildschirm des Automaten verschwinden.

Nur ein Stockwerk tiefer führt Theatermalerin Christine letzte Korrekturen am Spielplatz durch. Mit dem Pinsel in der Hand erklärt sie: „Wir haben das Design des Einkaufszentrums aufgegriffen und es kindgerecht umgesetzt.“ Der kleine Spielplatz befindet sich im Areal „Nature“, das mit viel Holz und natürlichen Farben an die Themen Wald und Natur anknüpft. Eine Bienen-Wippe namens Mila wartet auf kleine Entdecker, ebenso die Marienkäfer-Wippe Neo, was zusammen „Milaneo“ ergibt. Gleich neben den beiden Tierchen thront ein hölzerner Bienenstock mit kleinen Guckschlitzen, durch die die Kinder von innen das Geschehen außen im Center verfolgen können.



Theatermalerin Christine führt am kleinen Spielplatz im Areal „Nature“ letzte Korrekturen durch.



Techniker Daniel Warthemann im Kampf gegen Netzwerkprobleme: Erst wenn diese behoben sind, kann der Bankomat der BW Bank mit Geld befüllt werden.

## 17 KARTONS FEHLEN NOCH

„Eine halbe Stunde bin ich vorhin für eine Brezel in der Schlange gestanden“, erzählt Evangelos Passenidis und wirkt dabei ganz entspannt. Der leidenschaftliche Läufer arbeitet im Runner's Point. Im Vergleich zu etlichen anderen Shops sieht das Sportfachgeschäft bereits perfekt aus: Die Schuhe stehen in Reih und Glied in den Regalen, die Laufbekleidung hängt farblich sortiert an den Haken, die Schaufensterdekoration ist top. „Ja, unser Shop schaut schon wie gemalt aus“, meint auch Passenidis' Kollege Michael Aeugle. Trotzdem: Noch fehlen 17 Kartons mit Ware und das große Laufband, das in die Mitte des Ladens kommt. Das soll erst am nächsten Morgen um 7 Uhr eintreffen – exakt eine Stunde vor der Deadline, die die ECE den Mietern für die Fertigstellung ihrer Shops gesetzt hat.







Der "urbane" Teil des Milaneo spiegelt das pulsierende Leben einer Großstadt wider.



Diese strikte Frist ist unerlässlich, weil wenig später Journalisten und Fernseherteams zur Pressekonferenz mit anschließender Führung durch die drei Verkaufsebenen erwartet werden. Und die sollen nicht noch über Wischmops oder Rollwagen voller Ware stolpern. Am Abend wiederum wird ein Empfang mit 1.400 geladenen Gästen über die Bühne gehen. Dominik Tempelfeld, Geschäftsführer der Konzeptions- und Dekorationsfirma dquadrat, ist wegen der Pressekonferenz und des Abendempfangs mit zwölf Mann vor Ort. „Wir arbeiten seit den Morgenstunden am Bühnenaufbau, an der Bestuhlung, der Technik, der Dekoration und an allem, was sonst so anfällt“, so Tempelfeld. „Und mit dem anschließenden Abbau steht uns in jedem Fall eine Nachtschicht ins Haus.“ Während seine Mitarbeiter im großzügig angelegten Food-Court neben der Nordsee-Filiale und Tokyo Sushi gerade die Bühne aufbauen, feilen seine Mitarbeiterinnen einen Stock tiefer an der Dekoration. Sie binden kleine Tischgestecke aus weißen Curcumen, der Motto-Blume für die abendliche Gala im Milaneo.

Die Feier wird sich auf den „urbanen“ Teil des Shopping-Centers konzentrieren, der mit viel Glas, belebten Plätzen und Terrassen sowie vielfältigen Cafés und Restaurants das pulsierende Leben einer modernen Großstadt widerspiegelt. Das Milaneo erstreckt sich insgesamt über drei Ebenen mit rund 43.000 Quadratmetern Verkaufsfläche, verteilt auf drei eng miteinander verbundene Baukörper. Jedes Gebäude zeigt innen einen ganz eigenen Look: Neben „Nature“ und „Urban“ gibt es noch den Bereich „Modern“ in futuristischem Design.

## NACHTSCHICHT STEHT BEVOR

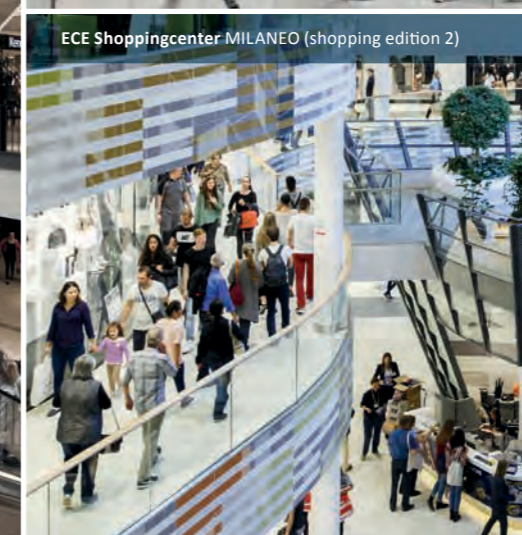
Noch trüben allerdings Lärm, Schmutz und Warenberge die Wirkung der eindrucksvollen Architektur. Etlichen Retailern dürfte eine Nachtschicht blühen, um die vorgegebene Frist am nächsten Morgen einzuhalten. Die wenigsten Shops sind bereits fertig. Im Gegenteil: In den meisten arbeiten Mitarbeiter mit Hochdruck. Einige Retailer haben ihre Ware erst vor wenigen Stunden erhalten und sind am Auspacken. Andere, die noch auf Regale und Lagermöbel warten, liegen noch weiter zurück.

Roland Wolf hingegen ist bereit zum Anstoßen. Zufrieden blickt sich der Retail-Leiter im fertigen Digel-Shop um: Anzüge, Hemden, Mäntel und Accessoires liegen und hängen in Reih und Glied, der helle Boden ist spiegelblank. „Eigentlich lief alles dermaßen wie am Schnürchen, dass wir dachten, noch früher fertig zu werden“, erzählt er. „Ein Trugschluss, da dann einige Möbel zu spät geliefert wurden und es Probleme mit dem Wasseranschluss gab.“ Doch nun will er mit seinen Mitarbeitern auf den gelungenen Store anstoßen – auf das „Heimspiel“, wie er es nennt, da das Männermoden-Label in der nahe gelegenen Stadt Nagold seinen Firmensitz hat.

## MANÖVERKRITIK DES CENTER-MANAGEMENTS

Währenddessen geht Florian Brosing, Projektmanager bei 3d berlin, Punkt für Punkt die gesamte Mall ab. Der junge Mann fotografiert für das Webleitsystem des Milaneo sämtliche Shop-Fronten. Ob Heimatliebe, Reserved, Primark oder Pull & Bear, tegut, Starbucks oder Linas Köttbullar – das 3-D-Leitsystem kann den Besucher zu jedem der 200 Shops im Milaneo in Vogel- oder in Echtperspektive lotsen. „Die Fotos, die ich gerade schieße, werden die Echtvariante erheblich verbessern“, erklärt Brosing. „In etwa zwei Wochen werden sie die Visualisierungen, die das Leitsystem derzeit noch bebildern, ersetzen.“

Mittlerweile ist es 17 Uhr. Das vermeintliche Chaos im und vor dem Milaneo hat sich merkbar gelichtet. Zeit für eine „Manöverkritik“ in den Räumen des Centermanagements, zu dem man



# HAMBURG TRUST

## QUALITÄT, DIE UNSERE ANLEGER ÜBERZEUGT

99 % Vermietungsquote, 6 % jährliche Ausschüttungen<sup>1</sup>

### Die Immobilienspezialisten

Die Hamburg Trust REIM Real Estate Investment Management GmbH ist ein Fonds- und Asset-Manager für in- und ausländische Immobilieninvestments. Wir konzentrieren uns auf innerstädtische Einkaufszentren sowie Wohn- und Büroimmobilien in wirtschaftsstarken Ballungszentren und prosperierenden, wachsenden Mittelstädten.

Unsere Investoren – vermögende Privatpersonen, Banken, Family Offices, Versicherungen, Pensionskassen oder Versorgungswerke – verfolgen unterschiedliche Anlageziele und -Strategien. Je nach Risikopräferenz und Anspruch an Fungibilität und Rendite fertigen wir daraus strukturierte Fondsprodukte. Dabei spielen wir auf der gesamten Klaviatur der regulierten Alternativen Investments: geschlossene Publikums-AIF, geschlossene oder offene Spezial-AIF.

- ✓ ca. 1,15 Mrd. Euro Assets under Management
- ✓ alle Fonds performen planmäßig
- ✓ Scope-Management-Rating: A+ (hohe Qualität)
- ✓ BaFin-Zulassung als Kapitalverwaltungsgesellschaft

<sup>1</sup> Auszahlung 2014 der Fonds „shopping edition 2“ und „shopping edition 2.2“ mit Thier-Galerie Dortmund







Roland Wolf von Digel ist in Feierlaune. Er wird gleich mit seinen Mitarbeitern auf den gelungenen Store anstoßen.

### 120 SEITEN CHECKLISTEN

„Das ist noch gar nichts. Gestern haben wir 120 Seiten Checklisten abgearbeitet“, erzählt Axel Diewald, Regionaldirektor Südwest & Schweiz bei der ECE, am Rande der Lagebesprechung. „Von den 100.000 Details, die bei der Eröffnung eines Einkaufszentrums anfallen, haben wir fast alle erledigt. Wir sind offiziell auf die Zielgerade eingebogen und schaffen das!“ Diewald spricht aus Erfahrung: Für ihn ist es bereits das 13. rote Band, das durchschnitten wird.



Geschäftiges Treiben – auch mit großem Gerät – bis zur allerletzten Minute.



im Übrigen dank des 3-D-Wege-Leitsystems reibungslos findet. Konzentriert bespricht Center Manager Andrea Poul mit dem Eröffnungsteam – rund vierzig Personen – die Vorkommnisse des Tages sowie die offenen Punkte. Und selbstverständlich die anstehenden Probleme, von denen sich einige auf tun. So wird einer der Shops im ersten Obergeschoss keinesfalls bis zur Deadline fertig werden. Dort liege noch vieles im Argen. Poul trifft eine Ausnahmeregelung, da dieser Bereich nicht vom Abendempfang betroffen ist. Für die vier Fahrrad-Rikschas, die das neue Einkaufszentrum in der Stuttgarter Innenstadt bewerben sollen, fehlt noch die Genehmigung. Die behördliche Erlaubnis sei aber nur mehr ein Formalakt, informiert ein Mitarbeiter. Die Kundenparkplätze sind noch nicht durchnummeriert. Das sei beauftragt, erfolge aber erst in zwei Wochen, weiß ein Haustechniker. Und so geht es weiter.



Es ist vollbracht. Das Milaneo wird am 9. Oktober 2014 erstmals von Besuchern gestürmt.

Und er soll recht behalten. Das Milaneo feiert am 9. Oktober 2014 eine grandiose Eröffnung. 134.000 Besucher stürmen an diesem Tag das Center, vor Läden wie Snipes oder Primark bilden sich Menschentrauben. Und wieder haben Shop- und Center-Mitarbeiter alle Hände voll zu tun.



**Wir wünschen alles Gute.** Als eines der führenden Projektentwicklungsunternehmen in Deutschland und ebenfalls 1965 gegründet, wissen wir, welche Anstrengung und Disziplin es braucht, um eine 50-jährige Erfolgsgeschichte zu schreiben. Der ECE ist das geglückt, dazu gratulieren wir ganz herzlich. Einen Teil dieses erfolgreichen Weges konnten wir zusammen beschreiten. Entstanden sind dabei so renommierte Projekte wie das Forum Mittelrhein in Koblenz oder das MILANEO in Stuttgart. Auch in Zukunft wollen wir weitere gemeinsame Erfolgsgeschichten schreiben.

[www.strabag-real-estate.com](http://www.strabag-real-estate.com)

**STRABAG**  
TEAMS WORK.





In Kaiserslautern mündete die öffentliche Diskussion in einer Bürgerentscheid mit richtigem Wahlkampf.

# DIE BÜRGER MITNEHMEN

Die ECE will die Einwohner für ihre Centerprojekte begeistern und achtet daher darauf, sie frühzeitig zu informieren und einzubinden. Nicht nur, wenn Bürgerentscheide anstehen.



Mit Brötchentüten und Flyern standen die ECE-Mitarbeiter an den ÖPNV-Knotenpunkten in Kaiserslautern. Hier warben sie ebenso wie an Informationsständen oder bei Veranstaltungen in der Innenstadt für das geplante neue Einkaufszentrum „K in Lautern“. Mit der Initiative „Für Lautern e. V.“ hatten sie auch unabhängige und tatkräftige regionale Unterstützer. „Das waren Personen mit einer hohen Akzeptanz in der eigenen Stadt. Sie

konnten glaubhaft vermitteln, dass unser Projekt eine gute Sache für Kaiserslautern ist“, erklärt Dr. Jan Röttgers, Director Development bei der ECE. Der Anlass für die ausführliche Wahlkampftour: Per Bürgerentscheid waren die Kaiserslauterer 2011 aufgerufen, über den Verkauf eines städtischen Grundstücks zu entscheiden, der das Gesamtprojekt „Neue Stadtmitte Kaiserslautern“ und damit auch den Bau des neuen Einkaufszentrums einleiten sollte.

## ÜBERZEUGUNGSARBEIT LEISTEN

Bürgerentscheide wie in Kaiserslautern sind zwar Einzelfälle. Dennoch gilt: Shopping-Center-Entwicklungen werden in vielen Städten kritisch diskutiert, weil es vielfältige Befürchtungen von Bürgern und Einzelhändlern gibt. Wichtig ist es daher zunächst, die Verträglichkeit einer Ansiedlung gutachterlich zu prüfen. Flächen- und Sortimentsbegrenzungen, die den niedergelassenen Handel schützen sollen, erschweren die Neuentwicklungen für die Investoren. „Es ist unsere Aufgabe, die Leute von etwas zu überzeugen, das noch nicht gebaut ist“, verdeutlicht Röttgers die Herausforderung, vor der die ECE dann steht. „Wir müssen der Bevölkerung frühzeitig Pläne und Visualisierungen präsentieren, um zu zeigen, wie das neue Stadtquartier beziehungsweise Einkaufszentrum aussehen wird. Größe und Dimension spielen dabei eine wesentliche Rolle. Auch wie sich ein Projekt in die Stadt integrieren lässt und welche Impulse es für die Stadtentwicklung leisten kann, müssen wir kommunizieren.“

Dass sich viele Bürger im Rahmen dieses Diskussionsprozesses erstmals konkret mit ihrer Stadt auseinandersetzen, hält Dr. Jan Röttgers für einen positiven Nebeneffekt und nennt die Schlosshöfe



Tragbare Argumente: Beim Bürgerentscheid sprach sich letztlich eine Zweidrittelmehrheit für das „K in Lautern“ aus.

## WARUM IN DER INNENSTADT?

Große Bauprojekte lösen insbesondere dann angelegte Debatten um das Für und Wider aus, wenn sie in innerstädtischer Lage geplant werden. Hier gibt es nicht nur viele Anwohner, auch das Stadtbild wird dadurch entscheidend geprägt und die Interessen etablierter Händler werden von neuen Einzelhandelsimmobilien berührt.

Für die ECE sind City-Standorte dennoch die erste Wahl bei der Entwicklung neuer Center: zum einen weil dort Einzugsgebiet und Erreichbarkeit optimal sind und nur Eins-a-Lagen nachhaltige Umsätze ermöglichen – auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Zum anderen weil gut integrierte innerstädtische Shopping-Center Kaufkraft aus dem Umland zurückholen und den städtischen Einzelhandel insgesamt beflügeln. Die ECE hat daher bereits Anfang der 80er Jahre als Pionier die Entwicklung innerstädtischer Einkaufsgalerien angestoßen. Seitdem achtet sie in besonderem Maße darauf, die Center durch ansprechende Architektur und einen abgestimmten Branchenmix in die bestehenden Strukturen zu integrieren. Dass dies auch in einer historischen Altstadt hervorragend funktionieren kann, bewies sie unter anderem mit der Stadt-Galerie in Hameln oder der Altmarkt-Galerie in Dresden.

Oldenburg als Beispiel. Hier gab es ein leerstehendes Hallenbad mitten in der City. Der Hauptplatz verkam zum Schandfleck. Mit den Schlosshöfen schuf die ECE neben dem Center einen komplett neuen Platz mit neuer Pflasterung, Beleuchtung etc. Der Platz ist nun einer der zentralen Versammlungsorte in Oldenburg. „Es geht nicht nur darum, ausschließlich unsere Interessen durchzusetzen“, so Röttgers. „Vielmehr bauen wir ein Stück Stadt.“

## EIN NEUES ALTES SCHLOSS

Auch in Braunschweig fruchtete die Zusammenarbeit mit der Stadt – bei einem zunächst höchst umstrittenen Projekt. Es war ein großer Wunsch vieler Bürger, das im Krieg zerstörte Schloss wieder aufzubauen, wofür es jedoch an der Finanzierung



Die Schlosshöfe Oldenburg entstanden auf dem Gelände eines leerstehenden Hallenbads.





Die ECE sammelt in vielen Städten gemeinsam mit den Bürgern Ideen für die Gestaltung und Eingliederung eines neuen Einkaufszentrums.



mangelte. Andere hingegen lehnten einen Wiederaufbau grundsätzlich ab. Als die ECE die Idee eines Shopping-Centers am Standort präsentierte, stieß auch dies vielfach auf Widerstand. Besonders Architekturkritiker stießen sich an der Idee, dass hinter der historischen Fassade eine Handelsnutzung vorgesehen war. Nach Abschluss des Projekts 2007 zeigte sich jedoch: Die Schloss-Arkaden Braunschweig sind ein Glücksfall für die Stadt, deren Identität und Attraktivität gestärkt wurden und die nicht zuletzt von hohen Folgeinvestitionen im Umfeld des Schlosses profitierte. Die ECE hatte die Fassade komplett neu errichtet und integrierte mehr als 600 erhalten gebliebene Originalteile. Das Schloss beherbergt heute kulturelle Einrichtungen wie Schlossmuseum, Standesamt und Stadtbibliothek, in der direkt angeschlossenen Einkaufsgalerie finden die Besucher Shopping-Vielfalt in 150 Läden.

### BÜRGER UND INTERESSEN-GRUPPEN EINBEZIEHEN

Im Gegensatz zu Oldenburg und Braunschweig mündete die öffentliche Diskussion in Kaiserslautern in einen Bürgerentscheid. Worauf kommt es im „Wahlkampf“ vor einer solchen Abstimmung an? Röttgers erklärt: „Anfangs werden meist die Kritiker stark wahrgenommen, viel stärker als die Befürworter. Entscheidend ist also die Aktivierung der schweigenden, meist zustimmenden Mehrheit.“ Mit Informationsveranstaltungen, Werbekampagnen und Diskussionsplattformen im Internet werden die Bürger einbezogen. Wichtig ist dabei auch, für die Bürger sichtbar zu machen, welchen Nutzen das Projekt für die gesamte Innenstadtentwicklung hat. Wer dies versäumt, hat leicht das Nachsehen.

Vorbildlich ist die Einbeziehung verschiedenster Interessengruppen derzeit in Singen am Hohentwiel organisiert, wo die ECE ebenfalls ein Center errichten möchte. In zahlreichen Arbeitsgruppen, die zum Teil vom Oberbürgermeister selbst geleitet werden, sind neben den Stadtratsfraktionen und der Verwaltung auch Vertreter des Innenstadthandels sowie der Industrie- und Handelskammern der Region beteiligt. So können Bedenken, aber auch Anregungen und Ideen direkt in den Planungsprozess einfließen. Solche Prozesse sind für Städte wie auch Investoren anstrengend, aber lohnend. In Kaiserslautern jedenfalls gelang der Kraftakt: Beim Bürgerentscheid sprach sich eine Zweidrittelmehrheit für das „K in Lautern“ aus, das inzwischen realisiert wurde.



„50 Jahre ECE – das ist ein halbes Jahrhundert Erfolgsgeschichte. Dazu gratulieren wir ganz herzlich! Wir freuen uns sehr, dass wir in den vergangenen Jahren mit mehreren gemeinsamen Projekten, zum Beispiel dem Forum Mittelrhein Koblenz oder dem Milaneo Stuttgart, zu diesem Erfolg beitragen durften. Und natürlich freuen wir uns darauf, in Zukunft noch viele weitere erfolgreiche Projekte zusammen realisieren zu können.“



FOTO: STRABAG REAL ESTATE GMBH

**THOMAS HOHWIELER**  
Geschäftsführer der  
STRABAG Real Estate GmbH

DER DOM WAR SCHON FERTIG!  
ABER ECE SCHAFFT UNS RAUM ZUM HANDELN.



### Die REWE Group sagt „Danke!“ und gratuliert zu 50 Jahren ECE.

Die Kölner REWE Group ist mit einem Umsatz von rund 51 Milliarden Euro und 330.000 Mitarbeitern in zwölf Ländern einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. An über 80 Standorten sind wir seit Jahren mit der ECE verbunden: in Deutschland mit unseren REWE- und PENNY-Märkten sowie DER Reisebüros, in Österreich und Osteuropa mit BILLA, MERKUR und BIPA.





Unattraktiv, unrentabel, sechzig Prozent Leerstand – so übernahm die ECE 2007 das alte Einkaufszentrum Hamburger Straße in Hamburg und machte es zur quicklebendigen Hamburger Meile.

**VORHER**

# DIE MODERNISIERUNGS-PROFIS

Für die ECE sind kontinuierliche Modernisierungen, Anpassungen und Erweiterungen von Shopping-Centern eine Kernkompetenz.



**NACHHER**



„Das Einkaufszentrum Hamburger Straße in Hamburg war nicht nur altersmäßig in die Jahre gekommen. Wir fanden es in einigen Bereichen in einem baulichen Zustand vor, über den wir erschüttert waren“, erinnert sich Nikolaus Thätner. Das Gebäude aus den 70er Jahren sah an manchen Stellen so aus, als sei es zwanzig Jahre lang einfach sich selbst überlassen worden, ohne irgendetwas instand zu setzen oder zu erneuern. „Das passiert häufig“, weiß Thätner mittlerweile aus seiner Erfahrung als Projektleiter bei der ECE.

Die Eigentümer scheuten Investitionen in die Werterhaltung und -steigerung und gingen trotzdem von dauerhaft steigenden Mieten aus. Erst wenn es „fünf vor zwölf“ oder gar zu spät sei, schaue der Investor ins Portfolio und sage, man müsse verkaufen, da nun ja erhebliche Kosten zur Beseitigung der entstandenen Instandhaltungsrückstaus anstünden. Im Falle der „Hamburger Straße“ kam hinzu, dass sich die vielen unterschiedlichen Eigentümer nicht auf gemeinsame Modernisierungsmaßnahmen einigen konnten.

## BRANCHENMIX KOMPLETT NEU AUSGERICHTET

So hat nach einer jahrelangen Abwärtsentwicklung des Centers die ECE in einem Joint Venture rund 200 Millionen Euro in den Kauf und die Runderneuerung investiert und die neue attraktive „Hamburger Meile“ daraus gemacht. Der Branchenmix wurde komplett neu ausgerichtet – auf ein junges, trendbewusstes Publikum. Die mehr als 600 Meter lange Mall wurde gestalterisch in unterschiedliche Themenbereiche wie „Kiez“, „Hafen“ und „Sport“ gegliedert. Den gastronomischen Anziehungspunkt bildet der neue Food-Court mit 360 Sitzplätzen – der erste dieser Art in Hamburg. Seit der Neueröffnung im Jahr 2010 ist das Center wieder voller Leben. Nach aktuellen Zählungen strömen im Schnitt 25.000 Menschen pro Tag durch die neue Hamburger Meile, Tendenz steigend.

„Die Revitalisierung der Hamburger Meile hat uns darin bestärkt, uns in Deutschland nach gut gelegenen größeren Einkaufszentren umzusehen, die in die Jahre gekommen sind und von denen wir



## BDO FÜHREND IN DER PRÜFUNG- UND BERATUNG VON UNTERNEHMEN DER IMMOBILIENBRANCHE



**WIR GRATULIEREN ZUM 50JÄHRIGEN JUBILÄUM DER ECE!**

BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
real-estate@bdo.de | www.bdo.de

Als eine der national und international führenden Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, ist es unser Anspruch, nicht nur fachliche Expertise sondern auch ausgezeichnete Branchenkenntnisse in die Beratung unserer Mandanten einzubringen. So bieten wir für Unternehmen der Immobilienbranche neben den klassischen Prüfungs- und Steuerberatungsleistungen auch wirtschaftliche und rechtliche Beratung an. Wir verstehen uns als Sparringspartner für alle steuer- und wirtschaftlichen Belange in jeder Phase der Wertschöpfungskette.

**EIN ANSPRECHPARTNER: UMFASSENDE BEREICHSÜBERGREIFENDE BERATUNG AUS EINER HAND!**

**BDO**



VORHER



NACHHER

Die ECE gestaltet das in den siebziger Jahren errichtete Marstall Center in Ludwigsburg komplett neu. Bei seiner Wiedereröffnung im Herbst 2015 wird es auf 25.700 m<sup>2</sup> rund 60 Shops sowie Innen- und Außengastronomie mit zahlreichen Restaurants und Cafés bieten.



glauben, dass wir mit unserem Know-how etwas Neues daraus machen können“, sagt Thätner.

Ein weiteres Beispiel ist die City-Passage in Bielefeld: Seit 1977 als Einkaufsstandort in die Innenstadt integriert, wurde dieses Center 2011 vom ersten ECE-Fonds gekauft und wird nun von der ECE zu einem modernen und attraktiven Shopping-Center mit rund hundert Shops auf 26.000 Quadratmeter Verkaufsfläche umgebaut. Umstrukturierung und Erweiterung sollen 2017 abgeschlossen sein. Das Gestaltungskonzept für die Modernisierung spannt einen Bogen zwischen Tradition und Moderne und nimmt Bezug auf die historische Bedeutung der „Leinenstadt“, in deren Anlehnung das Center den neuen Namen

„Loom“ (Englisch für „Webstuhl“) erhält. Prunkstück des 120 Millionen Euro teuren Projekts wird eine ellipsenförmige Plaza, die von einer imposanten Glaskuppel überspannt wird.

#### GROSSER REVITALISIERUNGSBEDARF

Die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA) hatte bereits 2010 in einer Untersuchung festgestellt, dass 48 Prozent aller Einkaufszentren in Deutschland revitalisierungsbedürftig sind. Wobei es nicht nur um einen neuen Fassadenanstrich geht, sondern um eine komplette Neuausrichtung der Handelsimmobilie. Die Gründe für verschleppte Modernisierungen reichen laut dieser Untersuchung von geringem Bewusstsein für Revitalisierungsbedarf über komplizierte Eigentümerstrukturen und knappe finanzielle Mittel bis hin zu fehlendem Know-how. Wer zu spät reagiert, gerät jedenfalls rasch in eine Abwärtsspirale aus Besucherschwund, Umsatzrückgang, Leerstand und Wertverlust der gesamten Immobilie. Wenn erst einmal die Ankermieter ausgezogen sind, können viele kleine Retailer mit der niedrigen Kundenfrequenz nicht mehr leben, und attraktive neue Mieter lassen sich für das veraltete Shopping-Center kaum gewinnen.

#### EIN GUTER CENTERBETREIBER HANDELT IMMER PROAKTIV

Ein guter Centerbetreiber handelt deshalb immer proaktiv und passt sein Center in kleinen Schritten laufend den aktuellen Erfordernissen an. Spätestens alle zehn Jahre ist jedoch in aller Regel eine größere Modernisierung erforderlich. Vorausschauende Investoren kalkulieren diesen fortwährenden Modernisierungsprozess von Anfang an mit ein. „Ein Center unterliegt laufend Anpassungen und Optimierungen. So werden zwar beispielsweise Mietverträge in der Regel für zehn Jahre abgeschlossen, doch nicht selten ändert sich der Flächenbedarf eines Retailers in dieser Zeit oder es rutschen ganze Handelsketten in die Insolvenz. Das ist dann immer auch eine Möglichkeit für die ECE, neue und angesagte Konzepte im Center ansiedeln. Hier findet die ECE gemeinsam mit den Mietern flexible Lösungen“, veranschaulicht Thätner die Dynamik, die für ein Shopping-Center kennzeichnend ist. Aber auch die Technik ist ständig Veränderungen unterworfen, insbesondere im Bereich der Beleuchtungs- und Energietechnik sowie der energetischen Anforderungen an ein Gebäude.



Wir gratulieren zum **50** Jubiläum und danken für die gute Partnerschaft!



**Peek&Cloppenburg**

ES GIBT ZWEI UNABHÄNGIGE UNTERNEHMEN PEEK & CLOPPENBURG MIT IHREN HAUPTSITZEN IN DÜSSELDORF UND HAMBURG. DIES IST EINE INFORMATION DER PEEK&CLOPPENBURG KG DÜSSELDORF. STANDORTE UNTER [WWW.PEEK-CLOPPENBURG.DE](http://WWW.PEEK-CLOPPENBURG.DE)





Ein Beispiel für ein gelungenes Refurbishment ist die Europa-Galerie in Saarbrücken, bei der die ECE die historische Bergwerksdirektion in das Center integrierte.



Wie sich ein Center immer wieder neu erfinden kann, zeigt das Alstertal-Einkaufszentrum in Hamburg. Als eines der ersten überdachten Shopping-Center in Deutschland ging es 1970 an den Start. Im Laufe der Jahre passte die ECE das Center immer wieder den sich wandelnden Anforderungen des Marktes an. Beim letzten großen Refurbishment 2006 erneuerte und erweiterte die ECE nicht nur das Center, sondern wertete zugleich das gesamte umliegende Quartier mit auf. Das nicht mehr zeitgemäße städtebauliche Konzept aus den 1960er-Jahren verschwand und machte Platz für attraktive Stadtplätze, Skulpturen, Bühnen, Cafés, Wasserflächen und viel Grün. Heute zählt das Alstertal-Einkaufszentrum zu den schönsten Shopping-Centern in ganz Europa – ausgezeichnet mit zahlreichen internationalen Preisen.

Ein weiteres Beispiel für ein gelungenes Refurbishment ist die Europa-Galerie in Saarbrücken. Hier integrierte die ECE die historische Bergwerksdirektion in das Center. So konnten die Fassade und die denkmalgeschützten Einbauten vollständig erhalten bleiben und waren nach der aufwändigen Restaurierung erstmals für die breite Öffentlichkeit zugänglich.

### GRÜNDLICHE EINZELFALL-PRÜFUNGEN VOR PROJEKTSTART

Bei der Übernahme von Bestandscentern, bei denen Modernisierung und Anpassungsmaßnahmen lange verschleppt wurden, ist oft ein kompletter Neustart nötig. Bevor die Profis der ECE die Runderneuerung eines Centers übernehmen, überprüfen sie erstens, ob der Standort des Objektes eine nachhaltig erfolgreiche Neupositionierung überhaupt ermöglicht. Zweitens, ob es die bestehende Größe zulässt, daraus wieder ein marktdominantes Center zu machen, oder ob man es dafür gegebenenfalls erweitern muss. Und drittens, ob es grundlegende Schwierigkeiten wie gravierende bauliche Mängel oder eine komplizierte Eigentümerstruktur gibt. Nicht zuletzt gilt es aber auch, den Markt zu befragen, vor allem potenzielle Ankermieter, ob sie an dem Standort mitziehen würden, und wenn ja, zu welchen Konditionen. „Denn erst wenn wir eine positive Marktresonanz spüren, machen wir es auch“, so Thätner.

Wobei die ECE-Vermieter freilich auch den großen Vorteil haben, bereits ein Grundvertrauen des



# GANZ SCHÖN GROSS GEWORDEN!



Seit Jahren arbeiten wir erfolgreich mit ECE zusammen. Gemeinsam haben wir seit 2011 unser Baby, das Joint Venture MEC METRO-ECE Centermanagement, großgezogen und sind stolz auf den nationalen Marktführer für das Betreiben von Fachmarktzentren. In diesem Jahr verbindet uns zudem eine Besonderheit: Auch die METRO GROUP feiert 50. Jubiläum. Von Geburtstagskind zu Geburtstagskind gratulieren wir herzlich – und freuen uns auf viele weitere Jahre der guten Zusammenarbeit.

METRO PROPERTIES ist das Immobilienunternehmen der METRO GROUP. In 30 Ländern managt das Unternehmen das weltweit internationalste Handelsimmobilien-Portfolio. Mehr Information unter [www.metro-properties.com](http://www.metro-properties.com).





Marktes zu genießen. Und dieses Vertrauen, dass die ECE es schaffen kann, macht sich bezahlt. Zum Beispiel im Fall der Hamburger Meile: Mieter, die bereits gekündigt hatten, wollten bleiben, als sie von den Refurbishment-Plänen der ECE erfuhren. Die Herausforderung dieses guten Rufs ist allerdings, dass man sich keine Flops leisten darf, um das Vertrauen nicht zu verspielen.

### ALLES AUS EINER HAND

So sind für die ECE kontinuierliche Modernisierungen, Anpassungen und Erweiterungen von Shopping-Centern heute eine Kernkompetenz. Für die exakte Analyse und Planung einer Revitalisierung werden bei der ECE interdisziplinäre Teams gebildet, in denen Projektentwickler, Vermieter, Center-Manager, Architekten, Marketing- sowie Finanz- und Rechtsexperten ihr Know-how bündeln. Das Erfolgsrezept ist mit „Alles aus einer Hand“ gut beschrieben: Das Team verfügt über Know-how bei der Schaffung von Baurecht, Erfahrung in der Neukonzeptionierung und im Rebranding sowie im „Design to Cost“. Eine eigene Research-Abteilung führt Marktanalysen durch, und Vermietungsexperten erarbeiten einen standortspezifischen Branchen- und Mietermix. Ob Projektentwicklung, Finanzierung, oder Vermarktung: Bei allen Aspekten kann die ECE auf ihre jahrzehntelange Erfahrung in der Entwicklung von Shopping-Centern und aus zahlreichen Refurbishment-Projekten zurückgreifen.

Damit ist sie für jede Art des Refurbishments gerüstet, ob für eine umfassende Modernisie-

„Die von der ECE gemanagten Shopping-Center stehen für nachhaltige Qualität. Die hohe Ertragsstabilität der Center macht sie zu wichtigen Stabilitätsankern in unseren Immobilienfonds. 100 Jahre Erfahrung, die die ECE und wir gemeinsam in diese Investments einbringen können, zahlen sich daher auch für unsere Anleger aus.“



FOTO: UNION INVESTMENT REAL ESTATE GMBH

**VOLKER NOACK**

Mitglied der Geschäftsführung der Union Investment Real Estate GmbH



„Das Thema Refurbishment spielt vor allem in gesättigten Märkten eine zentrale Rolle, denn es bietet exzellente Chancen für nachhaltige Investments und Expansion. Die ECE hat daher über eine eigene Fondsgesellschaft bereits zwei Fonds aufgelegt, die sich auf den Erwerb von bestehenden Einkaufszentren mit Wertsteigerungspotenzial konzentrieren.“



**HENRIE W. KÖTTER**  
Chief Investment Officer



rung, Managementübernahme, Erweiterung oder Umnutzung von Verkaufsflächen – oder für komplexe Projekte, bei denen alles zusammenkommt, um das Center den Kundenwünschen und den Einzelhandelstrends des 21. Jahrhunderts anzupassen.

### SCHNELLER HANDLUNGSFÄHIG

Die Finanzierung von Ankäufen und den dann folgenden Refurbishments übernimmt immer häufiger einer der ECE-Fonds, die die ECE eigens ins Leben gerufen hat, um Bestandsimmobilien übernehmen und Wertsteigerungspotenziale heben zu können. Beispiele sind die City-Passage Bielefeld, der Marstall in Ludwigsburg oder das Haid Center im österreichischen Linz. „Dank der Fonds können wir heute sehr schnell reagieren“, nennt Thätner einen wesentlichen Vorteil der Fonds. Denn der Immobilienmarkt werde heute dominiert von sehr kapitalkräftigen Playern, die mit Milliardenbeträgen in den Markt kämen und für eine Investition sehr schnell handlungsfähig seien.

Ein weiteres Objekt mit Potenzial, das der ECE European Prime Shopping Centre Fund erwerben konnte, war das Rosengårdcentret im dänischen Odense. Damit schaffte die ECE den Markteintritt in Skandinavien. Im Zuge seines Refurbishments strukturiert die ECE das zweitgrößte Einkaufszentrum in Dänemark derzeit neu und setzt ein völlig neues Designkonzept um – eine Kombination aus grafischer Interpretation der Märchen des dänischen Schriftstellers Hans Christian Andersen und moderner, skandinavischer Architektur.



Weil bei uns  
die Trends zu Hause sind.

deichmann.com

## Deichmann – Trendsetter mit Tradition

1913 eröffnete Heinrich Deichmann einen Schuhmacherladen in einem Arbeiterbezirk in Essen.

Vieles hat sich seitdem verändert.

Zwei Generationen und beinahe hundert Jahre später hat sich das Unternehmen zum Marktführer im europäischen Schuheinzelhandel entwickelt.

Deichmann ist mittlerweile in 24 Ländern mit rund 3.600 Filialen vertreten und beschäftigt rund 35.000 Menschen.

Es gibt aber auch Dinge, die bleiben.

Unser Versprechen, dass wir modische Schuhe in guter Qualität zu günstigen Preisen für alle Altersgruppen bieten.



Weil wir Schuhe lieben.





Für den Otto-Versand realisierte die ECE als Generalplaner und Projektmanager die Firmenzentrale in Hamburg, die 1982 fertiggestellt wurde.

# LÖSUNGEN FÜR ANSPRUCHSVOLLE KUNDEN

Mit einem derzeitigen Bau- und Planungsvolumen von 1,5 Milliarden Euro ist die Sparte Office, Traffic, Industries der ECE eine wichtige Säule des Immobilienkonzerns. Aus bescheidenen Anfängen entwickelte sich ein beeindruckendes Projektportfolio.



Es war vor vierzig Jahren, zu Beginn der Ölkrise, als durch die allgemeine wirtschaftliche Lage auch die Entwicklung von Shopping-Centern zum Risiko wurde. Da beschloss ECE-Gründer Werner Otto kurzerhand, die Expansion zu stoppen und das Unternehmen zu konsolidieren. Die bestehenden Center sollten zunächst optimiert werden. Otto übertrug diese Aufgabe Dr. Heinrich Kraft, der die ECE ab 1974 als Vorsitzender der Geschäftsführung leitete. Kraft organisierte das Team der ECE komplett neu und erweiterte das Leistungsspektrum um die Entwicklung von Büro- und Logistikimmobilien. Damit legte er die Basis für den heutigen Geschäftsbereich Office, Traffic, Industries.

## DIE ANFÄNGE IN FRANKFURT

Erste Möglichkeiten dazu boten sich in der Bankenmetropole Frankfurt am Main, wo infolge der Ölkrise viele Bürohäuser leer standen oder im Baustadium steckengeblieben waren. „Unter anderem kauften wir zwischen Weihnachten und Neujahr, als die anderen im Skiurlaub waren, von einer Bank das Frankfurter Büro-Center in der Mainzer Landstraße“, erzählt Dr. Heinrich Kraft. „Wir mussten die Handwerker, die auf ihren Forderungen sitzengeblieben waren, ablösen, dann bauten wir das Bürohaus aus. So lernten wir das Bürogeschäft kennen.“ Parallel zu den Vorhaben in Frankfurt realisierte die

ECE als Generalplaner und Projektmanager für den Otto-Versand die Firmenzentrale in Hamburg, die 1982 fertiggestellt wurde. Weitere Bürogebäude und Unternehmenszentralen folgten, darunter die neue Hauptverwaltung für die Mannheimer Versicherungen 1991, deren Generalrenovierung 2004 ebenfalls die ECE übernahm.

Darüber hinaus erweiterte die ECE ihr Projektportfolio um Logistikprojekte, etwa für den Heine Versand in Karlsruhe oder den Schwab Versand in Langenselbold. Gemeinsam mit den künftigen Nutzern konzipierten die Spezialisten effiziente Funktionsbauten für optimale Arbeitsabläufe. Neben Logistikzentren bewies die ECE ihre Kompetenz auch auf anderen Geschäftsfeldern. So übernahm sie beispielsweise Masterplanungen für Airbus, Beiersdorf oder den Flughafen München. Als europäisches Pilotprojekt der Bahnrevitalisierung realisierte sie zudem 1997 die Promenaden Hauptbahnhof Leipzig, weitere Bahnhöfe folgten in Köln, Hannover und Wien.

## SEIT 2007 EIGENER GESCHÄFTSFÜHRUNGSBEREICH

Schließlich war die Fülle an Projekten so groß, dass Alexander Otto, der im Jahr 2000 den Vorsitz der ECE-Geschäftsführung übernommen hatte, sie 2007 in einem eigenen Geschäftsbereich bündelte. Dessen Kompetenzen umfassten zunächst den Bau und die Vermietung großer Bürohausobjekte sowie die Entwicklung und Realisierung von Warenverteilzentren und Handelsflächen in Großbahnhöfen. Doch es sollten weitere Geschäftsfelder und komplexe Großprojekte folgen, denn es war Ottos Ziel, das Unternehmen noch breiter aufzustellen.

„Wir wollen uns ständig weiterentwickeln“, so Dr. Andreas Mattner, Managing Director Office, Traffic, Industries & Corporate Communications, wobei nicht die Größe eines Projekts der Maßstab sei, sondern dessen Qualität. „Wir wollen im Bereich Office, Traffic, Industries das bestehende Portfolio weiter ausbauen, moderat wachsen, die Deckungsbeiträge auch in Zukunft weiter sichern und diesen Bereich als festes Standbein der ECE noch weiter entwickeln.“

Mit einem Team von hochspezialisierten und gut aufeinander eingespielten Fachleuten ist die ECE heute für jede Entwicklungsaufgabe bestens gerüstet, sei es für ein modernes Logistikzentrum wie den



Die ECE verfügt auch über Expertise bei der Revitalisierung von Verkehrsimmobilien, was sie unter anderem beim Hauptbahnhof Hannover unter Beweis stellte.

Hermes Nord-Hub, ein Wohnungsbauprojekt wie die „Mitte Altona“ in Hamburg oder Konzernzentralen wie das ThyssenKrupp Quartier in Essen, Philips' Deutschland-Zentrale in Hamburg oder den „dm“-Campus in Karlsruhe. Die Kunden der ECE sind anspruchsvoll und wollen keine Lösungen von der Stange. Die ECE-Experten schaffen daher im partnerschaftlichen Dialog mit den Kunden Immobilien, die das Kerngeschäft stärken, Wettbewerbsvorteile bieten und gleichzeitig hochrentabel sind. Und das ganz in der hanseatischen Tradition des ehrbaren Kaufmanns: mit Qualität, Budget- und Termintreue sowie Zuverlässigkeit, Fairness und Nachhaltigkeit. So reicht das Bau- und Planungsvolumen dieser Sparten inzwischen nahezu an das Shopping-Segment heran.



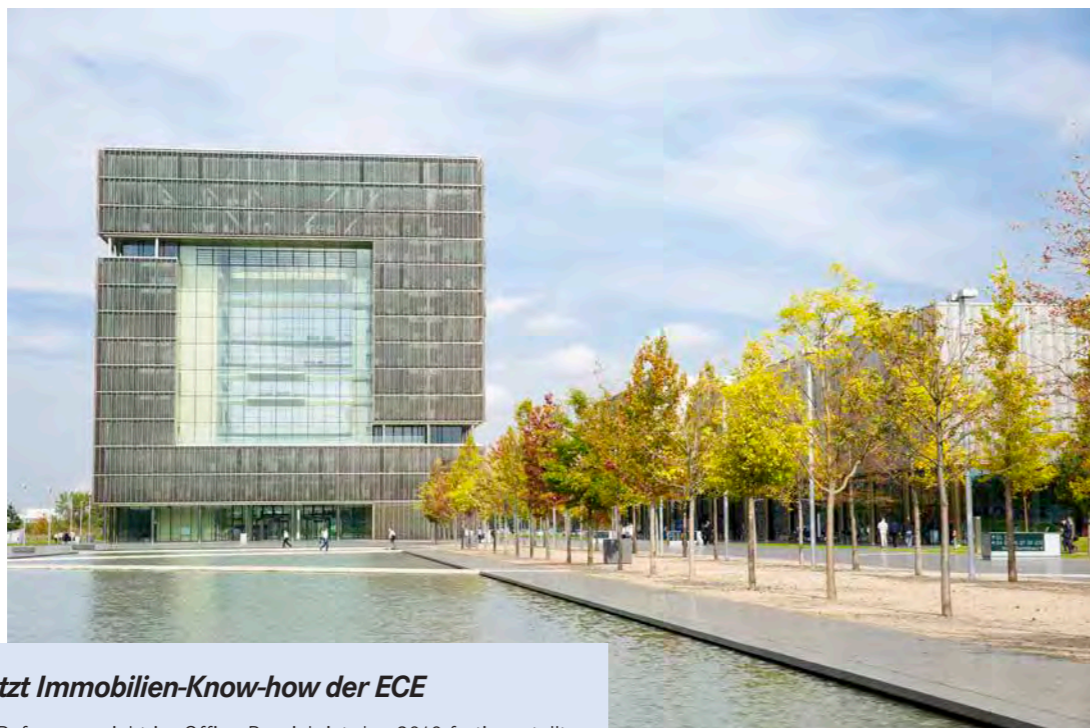
„Gerade bei komplexen Projekten kommt es darauf an, individuelle und wirtschaftliche Lösungen zu entwickeln. Wer maßgeschneiderte Immobilien bauen will, muss seinen Kunden zuhören können und das Know-how von der Planung bis zur Finanzierung im Haus haben. Bei uns werden Budget- und Termintreue großgeschrieben.“



**DR. ANDREAS MATTNER**  
Managing Director Office, Traffic, Industries & Corporate Communications







**Weltkonzern nutzt Immobilien-Know-how der ECE**

Ein herausragendes Referenzprojekt im Office-Bereich ist das 2010 fertiggestellte ThyssenKrupp Quartier in Essen. Das Quartier auf dem historischen Areal der ehemaligen Krupp-Werke umfasst das neue Headquarter, weitere Bürogebäude und ein Forum mit Konferenzräumen und Gastronomie. „Zum einen ist es eine sehr spektakuläre Architektur“, so Thomas Perschel, der im Office, Traffic, Industries-Segment der ECE Chef des Bau- und Architektur-Bereichs ist. „Zum anderen handelt es sich um eine sehr hochwertige Entwicklung, weil auch der Auftraggeber sehr anspruchsvoll war und in modernste Technik investiert hat.“ Mit hoher Energieeffizienz und Erdwärmenutzung setzt das Quartier zugleich in puncto Nachhaltigkeit zukunftsweisende Akzente.

**Philips als Stammkunde**

2015 wird die neue Deutschland-Zentrale von Philips in Hamburg fertiggestellt, wobei die Leistungen der ECE von der Projektentwicklung bis zur Realisierung reichen. „Wir haben für Philips schon vor zehn Jahren das vorherige Headquarter gebaut. Die Anforderungen des Unternehmens an Büroflächen haben sich inzwischen aber stark gewandelt“, erklärt Florian Sauer, in der Office, Traffic, Industries-Sparte verantwortlich für Entwicklung und Vermietung. „Dass Philips sich erneut für die ECE entschieden hat, ist natürlich eine ganz tolle Auszeichnung – weil es zeigt, dass der Kunde mit unserer Arbeit sehr zufrieden ist.“ Das neue sechsstöckige Gebäude zeichnet sich durch großzügige Fensterfronten und eine Dachterrasse aus.



MK Illumination  
gratuliert der ECE.

Vielen Dank für die erfolgreiche Partnerschaft.

Internationale  
Referenzen  
gemeinsamer  
Projekte

- BahnhofCity Wien Hauptbahnhof, Austria • BahnhofCity Wien West, Austria • City Arkaden Klagenfurt, Austria • DEZ Innsbruck, Austria • Rosengårdcentret, Danmark • The Mall Athen, Denmark • Milaneo Stuttgart, Germany • Skyline Plaza Frankfurt, Germany • Schloss-Arkaden Braunschweig, Germany • Arkad Győr, Hungary • Árkád Szeged, Hungary • Silesia City Center, Kattowitz, Poland • Poznan City Center, Poland • Zielone Arkady, Bydgoszcz, Poland • Olympia Brünn, Czech Republic • Stücker Einkaufszentrum Basel, Switzerland • Acity Ankara, Turkey • ANKA mall Ankara, Turkey • Antalya Migros Shopping Center, Turkey • Beylikdüzü Migros Shopping Center Istanbul, Turkey • CarrefourSA Karsiyaka Izmir, Turkey • Espark Eskisehir, Turkey • Maltepe Park Istanbul, Turkey • Marmara Park Istanbul, Turkey • Neomarin Istanbul, Turkey •



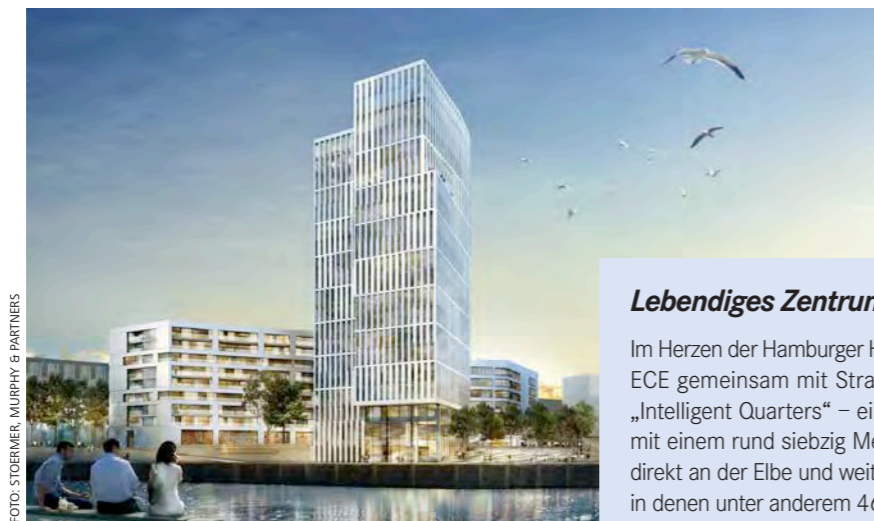


FOTO: STORMER, MURPHY & PARTNERS

### Lebendiges Zentrum der HafenCity

Im Herzen der Hamburger HafenCity realisiert die ECE gemeinsam mit Strabag Real Estate das „Intelligent Quarters“ – ein Gebäudeensemble mit einem rund siebzig Meter hohen Bürohaus direkt an der Elbe und weiteren zwei Gebäuden, in denen unter anderem 46 Wohnungen geplant sind. Handel, Restaurants und Cafés in den Erdgeschossen sollen für viel Lebendigkeit im Quartier sorgen. „Mit ihrer hochwertigen Architektur am Wasser und einer Mischung aus Wohnen, Arbeiten und Freizeit ist das Intelligent Quarters ein zentraler Baustein im zukünftigen Zentrum der HafenCity“, so Projektentwicklerin Nicole Tuttas.

### Wohnungen auf ehemaligem Bahngelände

Die „Mitte Altona“ ist Hamburgs größtes Stadtentwicklungsprojekt nach der HafenCity. Auf dem ehemaligen Bahngelände in Hamburg-Altona entstehen im ersten Bauabschnitt insgesamt rund 1.600 Wohnungen, ein Park von 2,7 Hektar, vier Kindertagesstätten und eine Stadtteilschule. Nun entwickelt die ECE gemeinsam mit Partnern auf den von ihr erworbenen Flächen insgesamt rund 1.200 Wohnungen, die sie an Partner, städtische Gesellschaften und Baugenossenschaften weitergibt. Das Projekt gilt als vorbildlich für moderne Inklusionsstrategien in der Stadtentwicklung.



„Mit der ECE verbinde ich den Bau des großen Hermes Zentral-HUB 2009 in Friedewald. Hier werden heute 75 Millionen Sendungen pro Jahr, also 280.000 Pakete täglich, von 400 Mitarbeitern sortiert. Das gesamte Bauprojekt wurde von der ECE gemanagt – hochprofessionell von der Planung bis zur schlüsselfertigen Übergabe. Insofern war schnell klar, wer 2010 den zu errichtenden Nord-HUB in Langenhagen für Hermes bauen sollte. Selbstverständlich die ECE.“



FOTO: HERMES EUROPE GMBH

**HANJO SCHNEIDER**  
Mitglied des Vorstandes Otto Group und CEO Hermes Europe GmbH

### Neuer Firmen-Campus für „dm“

Flexibel und erweiterungsfähig: Für die Drogeriemarktkette „dm“ realisiert die ECE als Generalplanerin und Projektmanagerin die neue Firmenzentrale in Karlsruhe. Mit dem neuen „dm“-Campus möchte der Drogeriekonzern die bisher auf sieben Standorte verteilten Unternehmensbereiche am Firmenstammsitz im Stadtteil Durlach bündeln. Der wabenförmige Neubaukomplex ist modular konzipiert und jederzeit erweiterungsfähig. Neben circa 32.000 m<sup>2</sup> Büroflächen sowie Parkplätzen für circa 1.100 Pkw in Tiefgarage und Parkhaus sind u. a. eine Arztpraxis, ein „dm“-Markt und ggf. eine Kindertagesstätte vorgesehen.



# Was schenkt man jemandem, der schon alles hat?



Eine Tüte voll mit guten Wünschen für die Zukunft. Die Otto Group gratuliert der Schwestergesellschaft ECE zum Jubiläum und wünscht alles Gute für die nächsten 50 Jahre.

**otto group**





### Erstes Kongresshaus mit DGNB-Gold

Mit dem Kap Europa, das von der ECE gemeinsam mit CA Immo realisiert wurde, eröffnete im Mai 2014 das erste Kongresshaus mit DGNB-Goldzertifikat. Eigentümerin und Betreiberin ist die Messe Frankfurt. Mit einem Saal für 1.000 Personen, einem teilbaren Saal für 600 Gäste sowie weiteren zwölf Tagungsräumen schafft das Kap Europa auf vier Ebenen flexible und multifunktionale Raumangebote für vielfältige Veranstaltungen. „Wir sind stolz, dass wir als ECE-Architekten ein städtebaulich so prägnantes und funktional hervorragendes Gebäude entwerfen konnten“, sagt Niels-Christian Otzen, Chefarchitekt des Bereichs Office, Traffic, Industries.

### Zweites Motel One in Wien

Direkt am neuen Wiener Hauptbahnhof realisiert die ECE einen sechzig Meter hohen Hotel-Tower mit rund 530 Zimmern und Panoramafenstern. Mieter wird die Motel One Group sein, die das Hotel für mindestens 25 Jahre betreiben wird. Für den Hotel-Tower, der nach Plänen des renommierten Wiener Architekturbüros Holzbauer und Partner errichtet wird, ist eine Zertifizierung durch die Österreichische Gesellschaft für Nachhaltige Immobilienwirtschaft (ÖGNI) angestrebt. Für den Hotelbetreiber stellte die ECE bereits 2011 erfolgreich das Motel One am Wiener Westbahnhof fertig.



FOTO: FAUSTMANN RENDERINGS

„In den vielen Jahren unserer Zusammenarbeit haben wir die Professionalität und die exzellenten Marktkennnisse der ECE schätzen gelernt, und neben dem starken Background als Gesellschaft sind es vor allem die Fairness und Verlässlichkeit der handelnden Personen, die uns beeindruckt. Die ECE und Motel One verbinden große Hotelentwicklungen, die wir gemeinsam am Wiener West- und Hauptbahnhof realisiert haben. Zum 50. Geburtstag gratulieren wir ganz herzlich.“



FOTO: MOTEL ONE GROUP

DIETER MÜLLER  
CEO der Motel One Group

### Zentrallager für Siemens in Rekordzeit

Für Siemens hat die ECE 2014 ein neues Lager- und Logistikzentrum in Krefeld fertiggestellt. Die besondere Herausforderung des Projekts: Zwischen Mietvertragsabschluss und Übergabe lagen nur sechs Monate. „Der Kunde war entsprechend begeistert, dass wir ihm das Gebäude dennoch termingerecht übergeben konnten. So etwas geht nur mit einem eingespielten und hochprofessionellen Team“, sagt Ulrich Rössing, der in den Sparten Office, Traffic, Industries für den Bereich Projektmanagement zuständig ist. Der 32.000 Quadratmeter große Gebäudekomplex dient als Zentrallager für das angrenzende Siemens-Stammwerk und umfasst neben zwei Hallen auch ein tausend Quadratmeter großes Büro- und Sozialgebäude.



# TEAMS WORK.

Unser Erfolgsrezept ist ein vertrauensvolles **Miteinander**. Um auch bei komplexen Projekten Qualität, Termine und Kosten sicherzustellen, braucht es große Fachkompetenz, eine perfekte Logistik, kreativen Ideenreichtum und viel Engagement – doch vor allem braucht es ein partnerschaftliches Miteinander aller Beteiligten.

Das Züblin teamconcept steht für optimierte Planung, kooperative Vertragsmodelle, kontinuierliche Zielkontrolle, Risiko- und Konfliktminimierung und offene Kommunikation. Dies führt zu Transparenz, Effizienz und zum Erfolg. Mit Stolz können wir bundesweit auf zahlreiche interessante Projekte zurückblicken, die wir partnerschaftlich mit ECE zum Erfolg geführt haben. Denn wir glauben an die Kraft des Teams und daran, dass genau das den Unterschied ausmacht, wenn es darum geht, Außergewöhnliches zu erreichen.

[www.zueblin.de](http://www.zueblin.de)



ZÜBLIN

TEAMS WORK.



# „DA PASSTE DIE GANZE ECE IN ZWEI REISEBUSSE“

Vor 25 Jahren machte sich die Belegschaft per Bus auf zur großen Jubiläumstour. Heute beschäftigt die ECE etwa 3.600 Mitarbeiter im In- und Ausland, die mit dem Hamburger Unternehmen oft mehr als nur ihren Beruf verbinden.

„Ein Erfolgsgeheimnis der ECE ist die interdisziplinäre Teamarbeit. Als Architekt arbeitet man hier mit engagierten Kollegen aus verschiedenen Bereichen zusammen. Dadurch gelingt es uns, das Projekt aus allen Blickwinkeln zu betrachten und innovative Planungskonzepte und Produkte für Neu- und Bestandsbauten zu kreieren. Das ist immer wieder spannend. Mit dem Department Retail Services reagieren wir auf den veränderten Mietermarkt und bündeln unsere Planungs-, Service- und Supportleistungen für unsere Vermietungsabteilung und Mieter. Ich selbst habe dadurch die Chance erhalten, mehr Verantwortung zu übernehmen und mit meinem Team den Weg mitzugestalten.“



**IRIS SENG**  
Head of Department Retail Services –  
Architecture & Construction

„Ich habe zwölf abwechslungsreiche Jahre bei der ECE verbracht, und ich hoffe, es folgen noch einige weitere! Ich mag die Internationalität der ECE und den Austausch mit den Kollegen aus unseren Standorten im Ausland. Echte Highlights sind für mich das alljährliche Sommerfest und die Weihnachtsfeier. 2005 habe ich mit Kollegen die Weihnachtsfeier mit dem Motto ‚40 Jahre ECE‘ organisiert, unter anderem die Produktion von kleinen launigen Videoclips mit Mitarbeitern jeder Hierarchieebene, welche später auf der Feier gezeigt wurden – ein voller Erfolg.“



**JAN GESCHE**  
IT Application Engineer



**SUSANNA SOJKA**  
Corporate Controlling  
Manager

„Bei der ECE schätze ich besonders die vertrauensvolle und zuverlässige Zusammenarbeit mit den Kollegen vor Ort im Headquarter und mit den internationalen Kollegen in den Landesgesellschaften. Das Unternehmen stellt sich nicht nur als guter Arbeitgeber nach außen dar, sondern setzt zahlreiche Maßnahmen für ein besseres Wohlbefinden der Mitarbeiter in die Tat um. Dieses Vorgehen sollte sich die ECE auch für die nächsten fünfzig Jahre vornehmen.“

„Zu jeder neuen Aufgabe gehört der nötige Respekt, besonders als ich nach der Ausbildung mein erstes eigenes Center übernommen habe, den Anger 1 in Erfurt. Zum Glück ist bei der ECE immer jemand da, den man um Rat oder Unterstützung fragen kann. Alle gehen sehr kollegial und freundschaftlich miteinander um. Seit drei Jahren bin ich als Center-Managerin in Italien. Es war schon immer mein Wunsch, mal im Ausland zu arbeiten. Die Expat-Verantwortlichen bei der ECE haben mich dabei toll unterstützt. Ich musste (fast) nur noch meine Koffer packen und konnte mich so auf den Start in Italien konzentrieren, die Sprache erlernen, das Vertrauen der Mitarbeiter gewinnen und Center und Mieter kennenlernen. Das war und ist superaufregend.“



**SANDRA OERTEL**  
Center Manager im Megalò in Chieti



**ANKE UTKE**  
Expert Corporate Relations  
& Sustainability

„Ich bin jetzt seit zehn Jahren bei der ECE, und nie war es langweilig! Angefangen habe ich als Assistentin im damals neuen Team ‚Russland‘ im Bereich ‚Internationale Objektentwicklung‘. Von Hamburg aus half ich mit beim Aufbau der Moskauer Niederlassung. Das Schönste in all den Jahren war, dass ich so viele verschiedene Kollegen kennenlernen durfte, beispielsweise beim Einarbeiten der internationalen Mitarbeiter in Hamburg. Einmal war ein griechischer Kollege hier, dem wir am Abend enthusiastisch die ganze Stadt zeigen wollten. Aber richtig glücklich war er erst, als er endlich sitzen und gemütlich essen durfte. Wenn ich ihn und die anderen heute sehen würde, würde ich sie immer noch umarmen.“

„Für mich als langjährigen Mitarbeiter ist es beeindruckend, wie sich die ECE in dieser Zeit kontinuierlich zu einem großen erfolgreichen Unternehmen entwickelt hat. Es ist eine große Herausforderung für die Zukunft, die erreichte Marktstellung zu halten beziehungsweise noch auszubauen. Ich bin zuversichtlich, dass die ECE auch diese Aufgabe erfolgreich meistert und noch viele weitere runde Geburtstage feiern wird.“



**WOLFGANG KAUMANN**  
Associate General  
Counsel Legal

„Seit sieben Jahren arbeite ich bei der ECE und seit drei Jahren in Katar. Mein Aufgabenspektrum ist hier breiter gefächert als in Deutschland: Ich kümmere mich zum Beispiel auch um Shopübergaben und übernehme Personalverantwortung. Die Mieter sind internationaler, weil es keinen historisch gewachsenen Einzelhandel gibt und alles ‚importiert‘ werden muss. Hier hat man die Chance, einen vollkommen anderen Blickwinkel zu bekommen. Die Zuverlässigkeit und Stabilität der ECE weiß ich nun besonders zu schätzen.“



**HENRY GEBAUER**  
Leasing Manager in Doha

Die Zukunft kann man am besten voraussagen, wenn man sie selbst gestaltet.

Alan Kay, amerikanischer Informatiker



Hamburg, Jungfernstieg 1965

Stadtbilder, Einzelhandel und Immobilienmarkt haben sich in 50 Jahren enorm verändert. Die ECE ist erfolgreich geblieben – durch kreative Ideen und professionelles Projektmanagement. Und das nicht nur in Hamburg!

**Wir gratulieren** und bedanken uns für eine vertrauensvolle und engagierte Zusammenarbeit bei unseren gemeinsamen Projekten!



aurelis Real Estate GmbH & Co. KG  
Mergenthalerallee 15–21  
65760 Eschborn  
Tel. 06196 5232-0  
Fax 06196 5232-199  
info@aurelis-real-estate.de  
www.aurelis-real-estate.de





„Das Besondere bei der ECE ist der ausgesprochen hohe Anteil sehr netter Kollegen mit hoher Fachkompetenz. Das macht das Arbeiten hier effizient und angenehm. Doch wir können nicht nur feste arbeiten, sondern auch Feste feiern. Als der Bereich Development zuletzt die ECE-Weihnachtsfeier ausgerichtet hat, haben wir als Motto ‚70er Jahre‘ gewählt. Ich war begeistert, dass sich tatsächlich so viele Mitarbeiter im 70er-Jahre-Stil verkleidet haben, sogar die gesamte Geschäftsführung.“



**DR. SANDRA HARMS**  
Senior Development Manager

„Erste Erfahrungen mit der ECE habe ich in den 1990er Jahren gemacht. Als Student habe ich für eine Beratungsfirma am Potsdamer Platz gearbeitet. Als ich 2001 bei der ECE anfang, hatte ich eigentlich vor, Einkaufszentren in Deutschland bauen. Zu meiner Überraschung war mein erstes Projekt jedoch der Masterplan für die Produktionsstätten von Airbus. Anscheinend hatten meine Erfahrungen mit Flugzeugen Einfluss auf meine nächste berufliche Tätigkeit, und so ‚landete‘ ich in Istanbul. Die weiten Geschäftsfelder und das familiäre Umfeld bei der ECE sind einzigartig und halten viele Herausforderungen bereit. Was die Zukunft auch bringen mag – ich bin zuversichtlich, dass die ECE einen sicheren ‚Flug‘ vor sich hat!“



**ANDREAS HOHLMANN**  
Managing Director ECE Türkiye



**JÖRG SMOLNY**  
Project Manager Architecture & Construction

„Wo gibt es das schon: die Möglichkeit, regelmäßig Projekte solcher Größenordnung wie die ECE-Shopping-Center in verantwortlicher Position zu realisieren! Für mich ist es immer ein besonderer Moment, wenn bei einer Eröffnung zum ersten Mal Besucher in das Gebäude strömen, durch das man selbst unzählige Male im Roh- und Ausbau gelaufen ist. Beeindruckend sind aber auch die Zusammenarbeit und das Miteinander auf der Baustelle. Wir sitzen zusammen mit dem Generalunternehmer in einem gemeinsamen Projektbüro: Planungs- und Projektleitung, Sekretariat, Mieterbetreuung, Haustechnik usw. Die kurzen Wege führen zu schnellen Problemlösungen und einer sehr partnerschaftlichen, persönlichen Zusammenarbeit.“



**MAMEN JIMENEZ**  
Regional Manager Center Management bei der Auxideico Gestión

„Mein vielleicht aufregendstes Ereignis mit der ECE war, als wir für das As Termas in Lugo den Management-Auftrag erhielten. Es war eine der ersten Ausschreibungen, bei der die Auxideico als Tochtergesellschaft der ECE auftrat, und wir behaupteten uns gegen einige der namhaften nationalen und internationalen Wettbewerber. Bei diesem Projekt habe ich die beste Teamarbeit in meiner bisherigen Karriere erlebt. Ich schätze es sehr, Teil eines internationalen Unternehmens zu sein, das in der Lage ist, ein Familienunternehmen zu bleiben und zugleich einen ausgeprägten Qualitätsanspruch hochzuhalten.“



**STEFFEN ROJAHN**  
Specialist HR Service

„Das einzig Beständige ist der Wandel“, heißt es, und das trifft auf meine Arbeit hier auf jeden Fall zu. Ich habe schon in der Gehaltsabrechnung, in der Abteilung Arbeitsrecht & Grundsatzfragen und im HR-Controlling gearbeitet. Jetzt bin ich bei der HR-Hotline – das ist das, was mir am meisten Spaß macht. Viele Kollegen kenne ich mittlerweile vom Telefon. Unser Team beantwortet zum Beispiel Fragen zu Abrechnungen oder Personalsystemen, oder wir beraten in Sachen betriebliche Altersvorsorge. Vor allem schätze ich das große Miteinander und Teamgefühl – wir haben schon viel Spaß bei der Arbeit.“



**MONIKA BRINKMANN**  
Accountant

„Als ich 1980 bei der ECE als Operatorin (EDV) anfang, war alles noch überschaubar. Da waren fünf Grundstücksgesellschaften, wir hatten acht Center im Management, und man traf sich mit den Geschäftsführern noch in der Küche. Dann ging es jedes Jahr aufwärts. Jetzt haben wir bald 200 Center. Ich arbeite gern hier, sonst wäre ich nicht so lange geblieben. Die ECE ist eine großzügige Firma, die Kollegen sind nett, und auch die Teamleiterin setzt sich mal persönlich hin und hilft mit, wenn an einem stressigen Tag mehrere hundert Rechnungen zu buchen und zu kontieren sind. Wenn mich jemand fragt, antworte ich nicht ohne Stolz: ‚Ich arbeite bei der ECE.‘“



**FRED BERTHOLD**  
Technician im Franken-Center Nürnberg

„Ich habe immer im Franken-Center gearbeitet, und es ist auch nach 34 Jahren noch immer nicht langweilig. Der Umgang mit Kunden und Mietern macht mir viel Spaß. Ich bin für alles zuständig, von der Beleuchtung über die Brandmeldeanlage bis hin zum Aufbau von Ausstellungen. Vor vielen Jahren hatten wir einmal eine Ausstellung ‚Auf dem Bauernhof‘, mit echten Tieren, darunter auch Schweine. Dass es auch wie auf einem Bauernhof gerochen hat, fanden die Leute lustig. Mittlerweile hat sich vieles geändert, doch trotz der heutigen Größe der ECE hat man immer einen Ansprechpartner. Und was die ECE alles anbietet – an sozialen Leistungen, Feiern etc. –, da kann man sich nicht beschweren.“

„Ich erinnere mich noch gut an die 25-Jahr-Feier: Da passte die ganze ECE in zwei Reisebusse. Das Ziel war ganz geheim, so geheim, dass der eine Bus nach Warder bei Flensburg, der andere nach Warder bei Segeberg fuhr ... Irgendwann kamen wir dann aber wieder zusammen, und es wurde ein toller Tag mit Schifffahrt in Malente, Jazz, Buffet und Liveshow am Abend. Als dann die ‚Wende‘ kam, expandierte die ECE, und es war eine spannende Zeit. Durch die vielen neuen Kollegen wurde eng zusammengerückt, da das neue Bürogebäude noch nicht fertig war. Herr Dr. Kraft ‚versüßte‘ uns seinerzeit diese Situation mit Lübecker Marzipan, das eines Morgens auf den Schreibtischen lag.“



**GABRIELE KRIZ**  
Specialist Facility Management



Wir sagen's mal durch die Tüte: Herzlichen Glückwunsch zum 50.

MEC METRO-ECE Centermanagement gratuliert der ECE zu 50 Jahren Erfolg und Ideen für mehr Shoppingspaß.





## FLEXIBEL UND FAMILIENFREUNDLICH

Motivierte Mitarbeiter gelten als Garant für den Erfolg eines Unternehmens. Daher fördert die ECE mit Maßnahmen wie Mentoringprogrammen und flexiblen Arbeitszeitmodellen Chancengleichheit sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, um Experten aus den unterschiedlichsten Bereichen für sich zu gewinnen.



Wer sich unter den Mitarbeitern umhört, merkt schnell: Kollegialität und ein freundschaftliches Miteinander zählen zu den großen Pluspunkten der ECE. Was vermutlich unter anderem darauf zurückzuführen sein dürfte, dass sie auch nach 50 Jahren und teilweise rasanten Wachstumsphasen noch immer ein familiengeführtes, traditionsbewusstes Unternehmen ist, das auf Partnerschaftlichkeit und Nachhaltigkeit setzt. „Die ECE ist ein Dienstleistungsunternehmen. An erster Stelle steht die Serviceorientierung, sowohl in der internen als auch der externen Zusammenarbeit“, bringt es Unternehmenschef Alexander Otto auf den Punkt.

### FLEXIBLE ARBEITSZEITMODELLE

Um als Arbeitgeber attraktiv zu sein und Mitarbeiter zu binden, legt die ECE außerdem großes Augenmerk auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie beziehungsweise Freizeit. Um sich hier fortlaufend zu verbessern, führte die ECE 2012 erfolgreich das audit berufundfamilie der gemeinnützigen Hertie-Stiftung durch, dessen Zertifikat ein Qualitätssiegel für familienbewusste Personalpolitik ist. In Angriff genommen wurden daraufhin unter anderem flexible Arbeitszeitmodelle: Ergebnisorientiertes Arbeiten soll vor strikter Anwesenheitspflicht stehen. Dank Vertrauensarbeitszeit haben die Mitarbeiter nun die Möglichkeit,



# Wir gratulieren herzlich zu fünfzig erfolgreichen Jahren ECE

*Ralf Wittenberg, Sprecher der Geschäftsführung*



**BRITISH AMERICAN  
TOBACCO**  
GERMANY





ihre Arbeitszeit auftragsorientiert und nach eigenem Ermessen zu planen – vorausgesetzt, sie sind nicht an Schichtpläne oder Servicezeiten gebunden. „Im Job zählen die Ergebnisse – und nicht, wo und wann die Leistung erbracht wurde. Deshalb haben wir die Kernarbeitszeit abgeschafft“, erklärt Barbara Hatzler, Leiterin Personalentwicklung bei der ECE. Auch mobiles Arbeiten im Homeoffice ist für immer mehr ECE-Mitarbeiter gelebte Arbeitspraxis.

### UNTERSTÜTZUNG FÜR ELTERN UND PFLEGENDE

Schon seit langem etabliert und für Eltern eine große Unterstützung ist der Betreuungszuschuss, den die ECE unter bestimmten Voraussetzungen Mitarbeitern gewährt, die ihre Sprösslinge in Kinderbetreuungseinrichtungen untergebracht haben. Doch auch kleine Maßnahmen haben Signalwirkung – etwa das Eltern-Kind-Büro, das es in der Hamburger Unternehmenszentrale gibt und das neben einem PC-Arbeitsplatz über einen bunten Spielbereich verfügt. Eltern ebenso wie Mitarbeiter mit pflegebedürftigen Angehörigen erhalten zudem Unterstützung durch den PME Familienservice, der den Mitarbeitern beratend beiseite steht oder bei der Suche nach geeigneten Betreuungseinrichtungen hilft.

### DIVERSITY IN DER ECE

Auch für die Zukunft hat sich die ECE einiges vorgenommen – unter anderem konkrete Maßnahmen zur Verbesserung der Chancengleichheit. Bis 2017 soll sich die Zahl weiblicher Führungskräfte im Top-Management der ECE verdoppeln: Dieses Ziel

„Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf hat in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Angebote wie Homeoffice, Teilzeit, Sabbatical oder Job-Sharing sind heute ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur.“



**DR. LOTHAR KAPPICH**  
Managing Director  
HR & Corporate Services



hat Alexander Otto 2013 vorgegeben. So sind mittlerweile im Management Board bereits zwei Frauen vertreten. Selbstverständlich werden Personalentscheidungen aber nach wie vor nach dem Leistungsprinzip getroffen, „die Karriere bei der ECE ist für Männer also nicht automatisch zu Ende“, so Otto schmunzelnd.

Um gezielt weibliche Talente des Unternehmens zu fördern, hat die ECE das Mentoringprogramm „Compass“ ins Leben gerufen. Dabei erhalten die Teilnehmerinnen Unterstützung von kompetenten Mentoren aus der Geschäftsführungs- und Bereichsleitererebene sowie einen umfassenden Einblick in die alltägliche Führungsarbeit. Das Programm soll ihnen helfen, sich in berufliche Netzwerke zu integrieren und ihre Karrierechancen zu erhöhen.

### KULTURWANDEL IM GANGE

Diversity Manager Ulrike Menzel ist begeistert, wie viel sich in den vergangenen Jahren bei der Arbeitskultur der ECE getan hat: „Führungskräfte und Mitarbeiter haben angefangen umzudenken. Es gibt in vielen Fachbereichen mehr Frauen in Führungspositionen, und die Personalabteilung erhält mehr Rückfragen – gerade auch von Vätern – zum Thema Elternzeit.“ Natürlich ist der Wandel nicht immer konfliktfrei, und es können auch nicht alle Wünsche erfüllt werden. Doch die Richtung, ist sich Menzel sicher, stimmt.



### MITARBEITER-RECRUITING

Mit rund 3.600 Mitarbeitern in sechzehn Ländern ist die ECE ein Schwergewicht unter den europäischen Immobilienunternehmen. Ähnliches gilt für ihre Projekte, deren Komplexität die Mitarbeiter vor die unterschiedlichsten Herausforderungen stellt. Dementsprechend differenziert gestalten sich auch die Berufsbilder innerhalb der ECE. Als vielseitiges Unternehmen spricht sie die unterschiedlichsten Berufsgruppen an. Neben Immobilienspezialisten werden Experten aus den diversesten Bereichen gesucht. Die Bandbreite reicht von Projektentwicklern, Architekten und Bauingenieuren über Vermietungsspezialisten und Center-Manager bis hin zu Asset-Managern, Juristen und IT-Experten.

Um Fachpersonal zu rekrutieren, kooperiert die ECE mit Fachhochschulen, Universitäten sowie Verbänden und ist auf Branchen- wie Berufsmessen präsent. „Wir brauchen Menschen, die gern über den Tellerrand blicken und vernetzt agieren können. Die Bewerber müssen also sowohl Fachexpertise einbringen als auch generalistisch arbeiten können“, umschreibt Barbara Hatzler die Auswahlkriterien. Und sie sollen bereit sein, dazuzulernen, da sich Immobilien- und Einzelhandelsmärkte laufend verändern. Hierfür bietet die ECE ihren Mitarbeitern vielfältige interne Entwicklungsprogramme und Weiterbildungsmaßnahmen und ermöglicht ihnen damit auch, sich persönlich weiterzuentwickeln.



# Shopping hält jung!

50 Jahre alt und bestens in Form: Wir gratulieren der ECE zu ihrem bemerkenswerten Jubiläum und bedanken uns für die vertrauensvolle Zusammenarbeit am gemeinsamen Standort Schweinfurt. Als Eigentümer der Stadtgalerie ist unser offener Immobilienfonds hausInvest ebenso wie die ECE auf das fokussiert, was den Erfolg von Shopping-Centern und Immobilienportfolios gleichermaßen ausmacht: Qualität, Weitsicht, wertschöpfendes Management und nicht zuletzt ein untrügliches Gespür für einen nachhaltig attraktiven Asset-Mix. In diesem Sinne wünschen wir weiterhin guten Einkauf!

[www.hausinvest.de](http://www.hausinvest.de)



**COMMERZ REAL**  
Commerzbank Gruppe



# BEI DER

Die Tätigkeiten und die Persönlichkeiten der ECE-Mitarbeiter sind so vielfältig und spannend wie das Unternehmen selbst. Hier stellen sich einige von ihnen vor.

# ARBEIT



**JUSTYNA KOPEĆ**  
Receptionist

Immer pünktlich um 9 Uhr tätigt Justyna Kopeć ihre erste Durchsage: „Sehr geehrte Damen und Herren! Wir begrüßen Sie herzlich in der Galeria Krakowska und wünschen Ihnen einen schönen Tag sowie erfolgreiches Einkaufen.“ Ihre Hauptaufgabe ist es, Besuchern den Weg zu bestimmten Geschäften in der Mall zu schildern. Doch auch Informationen über Busfahrzeiten, Sehenswürdigkeiten und Co sind gefragt. Und das Telefon läutet unentwegt. Damit nicht genug: Die 31-Jährige verkauft Einkaufsgutscheine, führt Lost-and-Found-Listen, vermietet Kid-Cars etc. Manchmal erhält Kopeć von zufriedenen Besuchern der Galeria Krakowska Blumen oder Schokolade, ganz oft bekommt sie ein ehrlich gemeintes „Dankeschön“.

„Es ging alles sehr schnell“, freut sich Alina Aydt, wenn man sie auf ihre Berufslaufbahn bei der ECE anspricht. Denn die gebürtige Karlsruherin übernahm kürzlich das Centermanagement des Stern-Centers in Lüdenscheid (Nordrhein-Westfalen), das täglich rund 27.000 Kunden besuchen. Und das im Alter von 24 Jahren! Jetzt leitet sie ein Team von zwölf Mitarbeitern und ist Ansprechpartnerin für Kunden, Mieter, Dienstleistungsfirmen, die lokale Presse... Zuvor hatte Aydt in einem dualen Studium Handelsmanagement studiert. Während dieser dreijährigen Ausbildung war sie abwechselnd jeweils drei Monate an der Europäischen Fachhochschule in Brühl bei Köln und drei Monate in einem Center der ECE – Vielfalt von Anfang an.



**ALINA AYDT**  
Center Manager

Immer mit offenen Augen durch die Mall gehen. So lautet die Arbeitsdevise von Heiko Wasser, Technical Manager im Phoenix-Center in Hamburg. Er inspiziert bereits ab 8 Uhr das Center, um eventuelle Reparaturen für denselben Tag zu organisieren, und dreht um 9.30 Uhr zusammen mit dem Center Manager eine Eröffnungsrunde. Der gebürtige Schwabe und sein fünfköpfiges Team sorgen für einen ungestörten Einkaufsbetrieb – also dafür, dass Beleuchtung, Klimaanlage, Fahrtreppen etc. stets einwandfrei funktionieren. Derzeit hat Wasser darüber hinaus wöchentliche Baubesprechungen wegen der laufenden Center-Erweiterung. In besonders stressigen Momenten atmet der 41-Jährige übrigens auf dem obersten Parkdeck kurz durch.



**HEIKO WASSER**  
Technical Manager

Der passionierte Läufer Gergely László profitiert in seinem Beruf von seinem sportlichen Hobby. Der Ungar beschwört: „Laufen ist die beste Art, um eine Stadt kennenzulernen.“ Als Mitglied des New Market Teams der ECE ist es schließlich die ureigenste Aufgabe des Senior Development Managers, neue Länder beziehungsweise Städte zu sondieren. So „erlief“ Laszlo unter anderem bereits Helsinki, Verona und Milan. Ergänzt um handfeste Informationen wie Kaufkraft und Wettbewerbssituation erarbeitet der 37-Jährige in weiterer Folge Machbarkeitsstudien für das ECE-Board. Einzig bei Moskau scheiterte er mit seiner unkonventionellen Methode: „Leider ist die Luft in der Stadt fürs Laufen zu verschmutzt.“

**GERGELY LÁSZLÓ**  
Senior Development Manager



**SARAH-CHRISTIN JAHNKE**  
Specialist Lease Contract Manager

In der Nähe des Alstertal-Einkaufszentrums in Hamburg aufgewachsen, ist Sarah-Christin Jahnke quasi von Kindesbeinen an mit den Centern der ECE auf Tuchfühlung. Da passt es ins Bild, dass die

28-Jährige nun als Specialist Lease Contract Manager Nebenkostenabrechnungen für die Investoren erstellt und Mietverträge und -daten ins ECE-interne Objekt-Management-Programm einspeist. Daraus lassen sich beispielsweise Umsatzstatistiken generieren, und auch für andere Abteilungen wie das Asset Controlling sind die erfassten Daten essenziell. Obwohl Jahnkes Arbeit damit weitgehend papierlos ist, muss sie Original-Mietverträge und die dazugehörigen Dokumente wie Bürgschaften weiterhin archivieren.

„Den typischen Arbeitstag gibt es bei mir nicht. Genau diese Abwechslung schätze ich an meinem Job besonders“, sagt Ira Feuerberg, Development Manager bei der ECE. So kümmert sich Feuerberg um alle in der Entwicklungsphase anfallenden Aufgaben: von Grundstücksakquise und Planrechtsschaffung über die Betreibersuche und Mietvertragsverhandlungen bis hin zur Koordination von internen Projektteams. Ihr Schwerpunkt liegt dabei auf Hotels wie dem Motel One, das Mitte 2015 am Wiener Hauptbahnhof eröffnet wird. Wenn ab der Bauphase der Project Manager Construction die jeweilige Projektleitung übernimmt, kann sich Feuerberg neuen Aufgaben zuwenden – derzeit etwa Sondierungsgesprächen mit Hotelbetreibern für neue deutschlandweite Projekte.

**IRA FEUERBERG**  
Development Manager





**UWE VOLLMER**

Clerk Technical & Conference Services

Seine mehr oder weniger verspannten Kollegen schätzen die ergonomischen Sitzschulungen, die Uwe Vollmer ein bis zweimal pro Woche abhält, sehr. Außerdem ist der 45-Jährige einer von vielen Ersthelfern bei der ECE. Auf seiner Visitenkarte steht jedoch „Clerk Technical & Conference Services“. In dieser Funktion kümmert sich Vollmer um das technische Equipment in den Besprechungsräumen, erledigt kleinere Reparaturen in der Firmenzentrale, macht Botengänge und betreut interne Umzüge. Besonders stolz ist der gebürtige Hamburger darauf, dass er gemeinsam mit einem Kollegen und externen Dienstleistern seit zehn Jahren den Aufbau des Sommerfestes der ECE abwickelt.



**OLIVER KOHNKE**

Leiter Information Management

Oliver Kohnke feiert in diesem Jahr sein fünfjähriges Jubiläum bei der ECE. Er koordiniert als Leiter Information Management ein Team, das sämtliche Daten, die die ECE benötigt, kontextbezogen und zielgerichtet zur Verfügung stellt. Gefragt nach seinem aktuell wichtigsten Projekt, antwortet der 41-Jährige begeistert: „Die Objektakte.“ Sie soll künftig alle relevanten Informationen über ein Objekt als ständigen Datenraum für alle Beteiligten einfach per Knopfdruck verfügbar machen. Bis es so weit ist, muss Kohnke noch viele abteilungsübergreifende Sitzungen leiten, Zeitplan und Budget kontrollieren. Und abseits der Arbeit? Da gehört die gesamte Aufmerksamkeit des gebürtigen Kasselers seiner Familie, vor allem seinen Zwillingssjungs.



An ihrem Job schätzt Christina Franzenburg besonders, dass sie hinter die Kulissen innovativer Handelskonzepte blicken kann und Kontakt mit Menschen verschiedener Nationalität hat. Denn als Leasing Manager Key Account kümmert sie sich – von der Akquisition bis zur Expansionsplanung – um internationale Retailer, die die ECE erstmals nach Deutschland oder in die ECE-Welt bringen will. Dabei handelt es sich um erfolgreiche Marken wie Reserved, Forever 21, Parfois, Clas Ohlson oder Indiska.

All diese und viele mehr studiert die 27-Jährige in ihren Herkunftsländern. „Nur vor Ort lernt man die Konzepte und ihre Bedürfnisse tatsächlich zu verstehen“, weiß sie.

**CHRISTINA FRANZENBURG**

Leasing Manager  
Key Account Management



**ULUÇ ÖZGÜL**

Tenant Coordinator

Seit zwei Jahren wird die ANKAmall in der türkischen Hauptstadt Ankara im laufenden Betrieb erweitert und renoviert. Stets auf den diversen Baustellen im Einkaufszentrum anzutreffen ist Tenant Coordinator Uluç Özgül. Özgül ist in ständigem



Kontakt mit den neuen Retailern. Victoria's Secret, L'Occitane, Crocs, Timberland sowie The North Face, um nur einige zu nennen. Er kontrolliert anhand einer Checkliste, ob die Baufortschritte den Mietverträgen entsprechen, und greift gegebenenfalls unterstützend ein. Auch beim Informationsaustausch zwischen dem Investor des Centers und der ECE Türkiye spielt er eine aktive Rolle. Was immer dabei auch passiert, Özgül bleibt lösungsorientiert: „Mein Job ist es, Leute zu koordinieren. Das mache ich gut und gern!“

„Alles außer Einkaufszentren“, antwortet Jörn Grimberg schmunzelnd, wenn man ihn nach seinem Einsatzgebiet bei der ECE fragt. Als Project Manager Construction steuert der 37-Jährige bei seinen Projekten jeweils ein Team, das sich u. a. um Ausschreibung, Qualitäts- und Terminkontrolle, Berichte an den Auftraggeber oder das Nachforderungsmanagement kümmert. Nach dem Kap Europa in Frankfurt heißt das aktuelle Projekt von Grimberg

„Intelligent Quarters“: Der 70 Meter hohe Büroturm in der Hamburger HafenCity soll Ende 2016 fertig werden. Dann ruft das nächste Großprojekt. Der gebürtige Kölner ist jetzt schon auf die neue Herausforderung gespannt.

**JÖRN GRIMBERG**

Project Manager  
Construction



**CAROLIN BÖGE**

Asset Manager

Die Center im Team mit Leasing und Center Management weiterzuentwickeln, hierbei immer die wirtschaftlichen Auswirkungen im Blick zu haben und die Investoren zu überzeugen: Das sind die Hauptaufgaben von Carolin Böge als Asset

Manager bei der ECE. Sie bewerkstelligt diese für fünf Bestandsobjekte, darunter die BahnhofCity Wien West, das Phoenix-Center Harburg oder das A10 Center in Brandenburg. Je stressiger es wird, desto mehr ruht die Betriebswirtin Böge in sich – wenn etwa unbedingt heute noch eine wichtige Präsentation vorbereitet werden muss. Das Geheimnis der Hamburgerin? „Ich spiele Golf und jogge als Ausgleichssport“, verrät die 41-Jährige.



Marc Blum genießt seine kreative Arbeit, wenn er gemeinsam mit Kollegen aus aller Welt über Lösungen brütet. Dabei gilt für den Director Creative Design: „Jede Meinung zählt. Denn häufig führen anfangs unwahrscheinliche Ideen zu überraschenden Ergebnissen.“ Die Hauptaufgabe des 48-Jährigen ist es, die Center der ECE mit einer einzigartigen Architektur aufzuwerten. Dabei schwört Blum auf eine Mischung aus Funktion und Emotion. Treffpunkte und Erlebnisräume geben jedem Projekt eine unverkennbare Dramaturgie. Und woraus schöpft er seine Kreativität? „Viele Reisen und meine lange Zeit in den USA und Japan waren sehr inspirierend und beeinflussen mich auch heute noch“, erzählt Blum. „Viele Gedanken kommen aber einfach bei Dingen, die ich sehr gern tue – wie Fotografieren, Gitarrespielen oder wenn ich mit meinen drei kleinen Jungs im Garten tobe.“

**MARC BLUM**

Director Creative Design



Alle zwei Jahre erscheint der Nachhaltigkeitsbericht der ECE. Dafür, dass der nächste

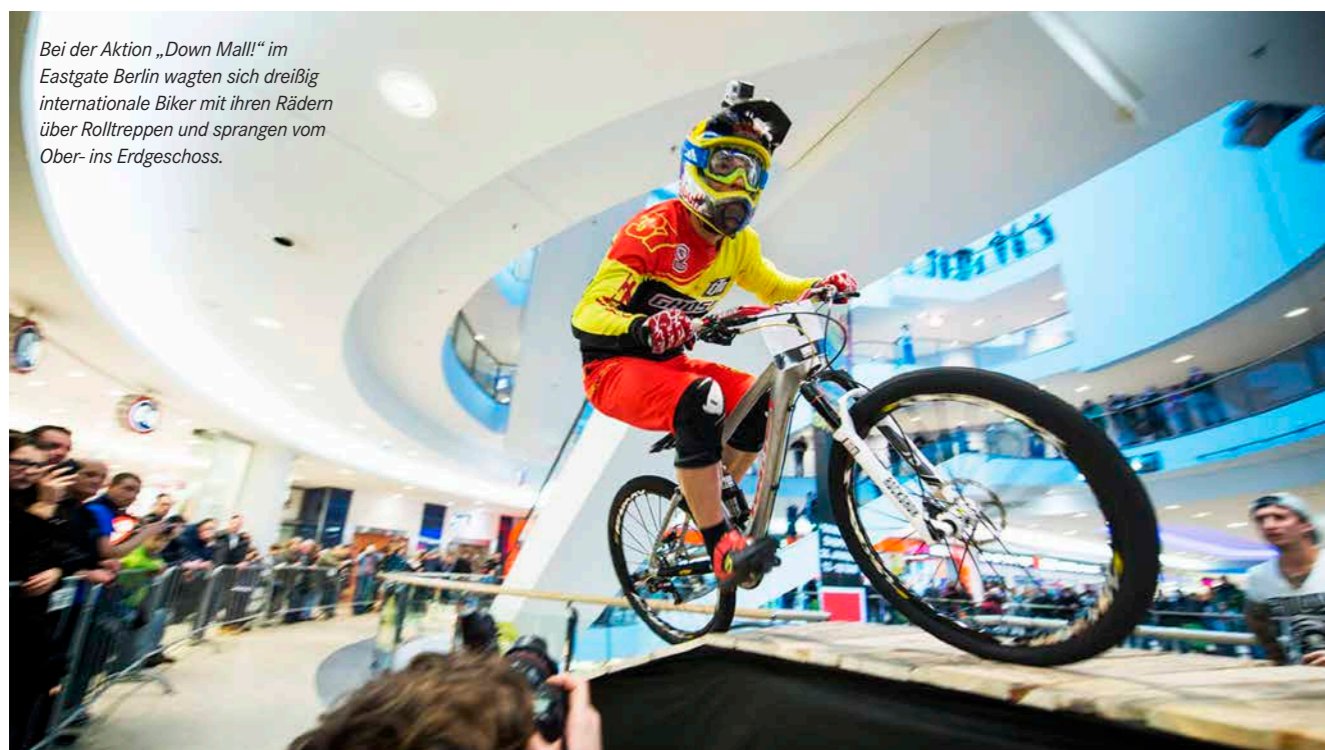
**JUTTA KORNATH**

Sustainability Manager

plangemäß Ende 2015 fertig wird, trägt Sustainability Manager Jutta Kornath Sorge. Und sie mischt sich dabei auch inhaltlich ein: „Ich stelle gern mal unbequeme Fragen.“ Darüber hinaus entwickelt die Architektin ein Tool, das die Informationen für alle folgenden Nachhaltigkeitsberichte sowie für Investoren-Reportings standardisiert aufbereitet. Hierzu trägt sie gerade Daten wie Strom-, Wasserverbrauch, Abfallmenge etc. von jedem Einkaufszentrum zusammen. „Dieser Blick hinter die Kulissen ist für mich extrem spannend“, so Kornath. Ziel ist es unter anderem, Benchmarks für die Energieeffizienz von Centern zu ermitteln.







Bei der Aktion „Down Mall!“ im Eastgate Berlin wagten sich dreißig internationale Biker mit ihren Rädern über Rolltreppen und sprangen vom Ober- ins Erdgeschoss.

# BESTE BEDINGUNGEN FÜR GUTE GESCHÄFTE

Ihren Mietern bietet die ECE nicht nur Top-Standorte in 16 Ländern. Sie schafft mit einem zugstarken Branchenmix und professionellem Marketing auch das perfekte Umfeld für hohe Umsätze.



Shopping-Center sind moderne, multifunktionale Marktplätze und Spiegelbilder aktueller Einzelhandelsstrukturen. Wer ein Einkaufszentrum erfolgreich betreiben und den Mietern langfristig hohe Frequenzen und Umsätze ermöglichen will, muss über vielfältige Expertise verfügen. Die ECE ist seit Jahrzehnten auf den Betrieb von Handelsimmobilien spezialisiert und qualifiziert ihre Center Manager und Vermietungsexperten zielgerichtet in unternehmens-eigenen Ausbildungsprogrammen. Das allein reicht jedoch nicht für den nachhaltigen Erfolg einer Einkaufsgalerie. Um das Center langfristig zu einem Kundenmagneten zu machen, müssen alle Räder ineinandergreifen – beispielsweise passgenaue Entwicklung, Planung und Vermietung. Die ECE-

Experten schaffen eine zeitgemäße Einkaufs-atmosphäre, achten auf den richtigen Mietermix, managen den reibungslosen Betrieb der Immobilien und bleiben dank Flexibilität und Innovationsfreude immer auf der Höhe der Zeit.

Früh begann die ECE damit, die Attraktivität ihrer Shopping-Center durch Aktionen und Events zu steigern. So schmückten Anfang der 1970er Jahre „Die schönsten Schmetterlinge der Welt“ das Alstertal-Einkaufszentrum in Hamburg. Kinder erhielten Zettel mit vorgezeichneten Schmetterlingen zum Ausmalen, ihre Kunstwerke wurden dann zu Tausenden in der Ladenstraße ausgestellt. „Die Eltern kamen mit ihrem Nachwuchs, um sich dessen

Schmetterlinge zeigen zu lassen. Der Andrang war enorm“, erzählt Dr. Heinrich Kraft. Der ehemalige Vorsitzende der ECE-Geschäftsführung erinnert sich noch an eine weitere Aktion, die anno dazumal für Furore sorgte: „Ente gut, alles gut“. Eine in ihre Einzelteile zerlegte Citroën-Ente, auch bekannt als Citroën 2CV, wartete in dem Einkaufszentrum darauf, funktionstüchtig zusammengesetzt zu werden. Wer das innerhalb einer Woche bewerkstellte, durfte das Auto behalten.

## EVENTS ALS KUNDENMAGNET

Mittlerweile zählen spektakuläre Ausstellungen und Events längst zu den bewährten Säulen des Center-Marketings bei der ECE. Mathias Sander, Director Center Marketing, erklärt: „Wir stellen regelmäßige Aktionen auf die Beine. Auch solche, die mit Shopping nicht viel zu tun haben. Die Palette reicht von Street-Art-Ausstellungen und Antikmärkten über Technik-Ausstellungen und Oldtimer-Treffen bis hin zu Kirmes und Beachpartys. Auf diese Art werden die Malls zu Treffpunkten, und wir unterhalten unsere vielen Stammkunden immer wieder neu.“ Und Steffen Friedlein, Senior Director Leasing, ergänzt: „Davon profitieren natürlich auch unsere Mieter, die dank der hohen Frequenzen starke Umsätze generieren können. Es ist unsere Aufgabe, die Menschen aus dem Einzugsgebiet in unsere Center zu holen. Das ist die Kernkompetenz der ECE.“

Zu den Center-Marketing-Säulen gehören bei der ECE darüber hinaus die aus den Future Labs stammenden Innovationen (siehe Artikel auf Seite 80–83) sowie die Werbung in klassischen und in neuen Medien. „Onlinewerbung gewinnt an Bedeutung. Das Gegenteil gilt für Printmedien, insbesondere da die Auflagen deutscher Tageszeitungen weiterhin sinken“, so Sander.



Die ECE wirbt mit zielgruppenspezifischen Kampagnen für ihre Center – hier anlässlich der Eröffnung des Milaneo in Stuttgart 2014.



BIJOU **BB** BRIGITTE

Bijou Brigitte gratuliert der ECE zum Jubiläum und wünscht viel Erfolg für die nächsten 50 Jahre!





Da die Werbebudgets und die Medienlandschaft vor Ort von Center zu Center variieren, entscheidet die ECE bei jedem Standort gemeinsam mit ihren Mietern individuell über die Marketingmaßnahmen. So existieren in der Türkei und in Polen kaum Tageszeitungen, die sich für die Zielgruppe eignen. In Ungarn wiederum ist die Außenwerbung derartig übersättigt, dass man die Standorte sehr sorgfältig auswählen muss, um einen Effekt zu erzielen. Die Frage, wie mit Onlinemarketing umzugehen ist, ist laut Sander hingegen noch nicht vollständig geklärt: „Bannerwerbung allein ist sicher nicht das Allheilmittel.“ Vielmehr gehe es um die Bereitstellung relevanter Inhalte, die über die unterschiedlichen Online- und Mobilekanäle zielgenau ausgespielt werden können.

### NEUE SERVICES UND PERFEKTER MIETERMIX

Unabhängig vom genutzten Medium dreht sich die Werbebotschaft heutzutage häufig um neue Services, mit denen Malls aufwarten. Ein Beispiel: Während der Adventszeit 2014 bot die ECE in 18 ausgewählten Centern in Deutschland, Polen und Ungarn eine Geschenkberatung an. Dafür hatten Trendscouts in den dortigen Shops nach spannenden Weihnachtspräsenten für verschiedene Zielgruppen gesucht, tausende Ideen gesammelt und kategorisiert. Spezielle Berater konnten in der Vorweihnachtszeit die Besucher bei der Suche nach den passenden Geschenken tatkräftig unterstützen.

Bei den Kunden hoch im Kurs: Die ECE schafft mit angesagten Marken wie Apple den perfekten Mietermix in ihren Centern.



„Für unsere Kunden sind wir immer auf der Suche nach neuen Konzepten, denn unsere Center leben von der Vielfalt und Einzigartigkeit ihrer Retailer. Der richtige Mix sorgt zusammen mit unserem engagierten Marketing für beständig hohe Frequenzen und damit für verlässliche Umsätze.“



**KLAUS STRIEBICH**  
Managing Director Leasing



Neben einer professionellen Vermarktung spielt der passende Mietermix eine zentrale Rolle, wenn ein Centerbetreiber seinen Retailern starke Frequenzen bieten will. Die Strategie lautet, jene Shops in einem Einkaufszentrum anzusiedeln, die die Kunden dort erwarten. Dabei handelt es sich in der Regel um eine Mischung aus bekannten Marken und kleineren, örtlichen Einzelhändlern. Auch die Anteile der einzelnen Segmente – Bekleidung, Elektronik, Lebensmittel etc. – müssen stimmen. Obwohl die ECE diesbezüglich über viele Erfahrungswerte verfügt, nehmen ihre Experten im Vorfeld jeder Eröffnung das jeweilige Einzugsgebiet in puncto Wettbewerb und Kaufkraft genauestens unter die Lupe.

### KUNDENWÜNSCHE WANDELN SICH

Auch nach der Eröffnung muss der Mietermix laufend überprüft und optimiert werden, denn Konsumverhalten und Ansprüche der Kunden ändern sich ständig. Beherrschte bis vor ein paar Jahren fast jede Mall mindestens einen CD-Shop oder große CD-Abteilungen in den Elektrofachmärkten, verlagert sich das Geschäft seitdem hin zu iTunes oder – wie auch im Buchhandel – zu Onlineversandhäusern. Stattdessen erobern neue Schuh- und Modekonzepte wie CCC, Reserved oder Uniqlo den europäischen Markt, und der Gastronomieanteil in Shopping-Centern steigt seit einigen Jahren deutlich (siehe Artikel auf Seite 78-79). Die großen Möbelhäuser, die früher Fixpunkte im Mietermix bildeten, suchten größere Flächen und wichen auf eigene Gebäude – meist auf der grünen Wiese – aus. Dafür zogen überschaubarere Shops mit Wohn-Accessoires wie Depot oder Zara Home in die Center. Und statt Warenhäusern etablieren sich zunehmend Textilgrößen wie Primark als Ankermieter.



Innovative Geschenkberatung im Center: Kunden erhielten im vergangenen Advent Hilfe bei der Suche nach originellen Weihnachtspresents für ihre Lieben.

### VORHANG AUF FÜR POP-UP-STORES

Im neu eröffneten Milaneo in Stuttgart präsentiert die ECE erstmals sogenannte Pop-up-Stores für innovative Konzepte und Marken. Dieses neue Format nutzen beispielsweise der Müsli-Versender MyMüsli, die Marke Sheego mit Mode ab Größe 40 und iGo3D, ein Retail-Store für 3-D-Druck. Die Vorteile für die Betreiber der „Läden auf Zeit“: begrenzte Miet- und Betriebsausgaben, geringe

Lagerkosten, ein verhältnismäßig geringer Investitionsaufwand, gepaart mit einer hohen Aufmerksamkeit der Kundschaft. Sander stuft dieses Handelsformat als hochinteressant ein: „Die ECE freut sich auch über Pop-up-Kioske auf den Ladenstraßen. Besonders spektakulär finde ich es, wenn Marken wie adidas oder Nike auf diese Weise für einen ganz kurzen Zeitraum innovative Produkte verkaufen.“

Bei den im Gegensatz zu Pop-up-Stores fix in einem ihrer Center angesiedelten Retailern unterscheidet die ECE bei den Mieten zwischen unterschiedlichen Branchen: Je nach Leistungsfähigkeit der Branche, aber auch Flächengröße kann der Quadratmeterpreis höher oder niedriger ausfallen. „Auf diese Art gewährleisten wir faire Mieten. Bei den Textilern mit meist höheren Margen ist sie in der Regel höher als beispielsweise bei Lebensmittelkonzepten, die sich keine so hohen Mieten leisten können“, erklärt Friedlein. Denn: Geht's dem Mieter gut, geht's dem Center gut.



[www.wisag.de](http://www.wisag.de)



## Herzlichen Glückwunsch!

Wir gratulieren Alexander Otto und seinen Mitarbeitern zu 50 Jahren Erfolg im Bereich der Entwicklung und des Managements von Gewerbeimmobilien.

Wir danken der ECE für ihr Vertrauen in unsere Facility-Management-Lösungen und versprechen, auch in Zukunft immer einen Schritt weiter zu gehen, sodass die ECE-Center bei der Bewirtschaftung ihrer Liegenschaften dem Markt immer eine Nasenlänge voraus sind.

WISAG heißt Wertschätzung! WISAG heißt Einsatz! WISAG heißt bunt!







# DISKUSSION MIT TOP-ENTSCHEIDERN

Einmal jährlich lädt die ECE Einzelhandelsvertreter zum Dialog. Das ECE Retail Meeting zählt mittlerweile zu den wichtigsten Branchenevents in Deutschland.



Information und direkter Austausch stehen beim ECE Retail Meeting im Vordergrund.



Es ist Europas größtes Branchentreffen für Retailer: Mit mehr als 500 deutschen und internationalen Gästen vom CEO bis zum Expansionsleiter ist das jährliche ECE Retail Meeting ein Pflichttermin im Kalender der Top-Einzelhandelsvertreter. „Wir haben die Veranstaltung vor zwölf Jahren ins Leben gerufen, um die Kommunikation mit unseren Top-Mietern zu intensivieren“, erinnert sich Klaus Striebich, Managing Director Leasing. „Traditionell findet das Retail Meeting in der Hamburger Fischauktionshalle statt. Die Retailer lieben den Charme, genießen die Atmosphäre am Hafen.“ Und sie kommen in Scharen zu dem Branchenevent in der Hansestadt, die wie keine zweite europäische Metropole für die Lust am Handel steht.

## KÜNFTIGE ZUSAMMENARBEIT PLANEN

Im Vordergrund des Retail Meetings stehen das Gespräch und die Information. Das ECE-Top-Management berichtet über Branchentrends, neue Projekte, Management-Übernahmen oder Center-Umstrukturierungen. Auch Gastbeiträge angesehener Experten stehen auf dem Programm.

Außerdem haben alle Beteiligten die Möglichkeit, in ungezwungener Atmosphäre und im direkten Gespräch über die aktuellen Anforderungen des Handels oder über mögliche gemeinsame Aktivitäten zu diskutieren. Mietvertragsverlängerungen, Flächenvergrößerungen oder neue Services des Center-Managements stehen ebenso auf der Agenda wie der allgemeine Meinungs-austausch.

## DER ECE RETAILER AWARD

Ein besonderer Höhepunkt des Retail Meetings ist die Verleihung der jährlichen ECE Retailer Awards. In den Kategorien „Best Performance“, „Innovativstes Konzept“ und „Newcomer des Jahres“ werden die herausragendsten Händler des vergangenen Jahres von einer unabhängigen Jury gewählt und gewürdigt. Deichmann, Hunkemöller, Uniqlo, Calzedonia und Lego konnten sich ebenso wie Gerry Weber, Superdry, Frooters, Bestseller, Primark oder Rituals in die Siegerlisten der vergangenen Jahre eintragen. Ausreichend Zeit zum Netzwerken oder Kennenlernen haben die internationalen Markenvertreter schließlich bei einem ausgewählten Abendprogramm. Auch in der Türkei und in Polen ist das Erfolgskonzept des Retail Meetings bereits mehrfach umgesetzt worden.

## „ECE RETAIL TECHNICAL MEETING“

Weitaus technischer geht es beim kürzlich ins Leben gerufenen „ECE Retail Technical Meeting“ zu. Hier treffen Bauverantwortliche und technische Ansprechpartner der Mieterpartner auf Spezialisten der ECE sowie auf Vertreter kooperierender Planungsbüros und Ladenbaufirmen. Diskutiert werden Technikrends, Zertifizierungskriterien – insbesondere zur nachhaltigen Nutzung und Bewirtschaftung von Centern –, Zukunftskonzepte beim Ladenbau und vieles mehr.



50 Jahre  
das Shoppen schöner  
gemacht.  
Vielen Dank  
dafür!





FOTO: INTERSPORT

**KIM ROETHER**  
Vorstandsvorsitzender  
von INTERSPORT

„50 Jahre ECE und fast 50 Intersport-Standorte – das passt. Gerade für uns als Verbundgruppe ist es wichtig, unseren Händlern stationär immer wieder bestmögliche Standorte anbieten zu können. Die Einkaufswelten ihrer Shopping-Center schaffen für viele unserer Intersport-Kunden das perfekte Erlebnis.“



FOTO: BIJOU BRIGITTE

**ROLAND WERNER**  
Vorstandsvorsitzender  
der Bijou Brigitte modische  
Accessoires AG

„Die zweite Bijou Brigitte-Filiale, unsere erste Centerlage, öffneten wir am 1. Juli 1977 im Hamburger AEZ. Seit fast 40 Jahren haben sich die beiden Erfolgsgeschichten parallel weiterentwickelt. Bijou Brigitte gratuliert der ECE von Herzen zum runden Geburtstag und wünscht viel Erfolg für die nächsten 50 Jahre!“



FOTO: ALEX STEBRITZ

**PROF. GÖTZ W. WERNER**  
Gründer und Aufsichtsrat  
von dm-drogerie markt

„Ein Einkaufszentrum ist ein Gesamtkunstwerk – und die ECE ist ein Jahrhundertkünstler. Nicht zuletzt, weil die Menschen bei der ECE Profis sind. Ihre Fähigkeit, Faktoren wie Standortwahl und -erschließung, Mietermix und beständige Erneuerung zu einem stimmigen Ganzen zusammenzufügen, beeindruckt mich. Glückwunsch zu 50 Jahren gelungenem Hochleistungsstreben.“



FOTO: DESIGUAL

**JOAN ROURAS**  
Leiter der Abteilung Global  
Real Estate bei Desigual

„Einer der Gründe, warum Desigual und die ECE gut zusammenpassen, ist Innovation. Beide Unternehmen investieren viel Zeit und Geld, um innovativ und kreativ zu bleiben. Ich erinnere mich noch an das erste Treffen mit Herrn Striebig, bei dem wir darüber gesprochen haben, dass wir eines Tages unseren ersten Store in Deutschland eröffnen wollen. Und jetzt betreibt Desigual 60 Shops in Deutschland. Damals war es ein Traum, nun ist er wahr geworden!“

# DAS SAGEN DIE MIETER

Die ECE zählt in ihren Einkaufszentren rund 20.000 Shops. Was die Retailer mit dem Unternehmen verbindet und was sie an der Zusammenarbeit schätzen, erzählen sie hier.



FOTO: LPP

**PIOTR DYKA**  
Mitglied im Aufsichtsrat  
bei LPP

„Mit der ECE, die über viel Erfahrung und ein europaweites Portfolio verfügt, sind wir eine großartige Partnerschaft eingegangen, die für beide Seiten ein Gewinn ist. Zu Beginn unserer Zusammenarbeit und nach einer relativ schwachen Saison für LPP interessierte sich die ECE nicht nur für das Mietniveau, sondern sah unsere Situation auch aus Sicht eines Einzelhändlers. Dies war für uns sehr hilfreich und ein gutes Fundament für eine partnerschaftliche Zusammenarbeit und gegenseitiges Verständnis. Mit der ECE haben wir außerdem einen strategischen Partner für die Entwicklung unserer Vorzeigemarke ‚Reserved‘ in Deutschland gefunden.“



FOTO: PEEK & CLOPPENBURG

**DR. HORST CLEMENS**  
Geschäftsführer der  
Peek & Cloppenburg KG

„Wir haben während der nunmehr 26-jährigen Zusammenarbeit die ECE als zuverlässigen, kompetenten und innovativen Entwickler von Shopping-Centern schätzen gelernt. Die Professionalität der ECE stimmt uns zuversichtlich, dass wir auch in der Zukunft trotz neuer Wettbewerbsmodelle (Onlinehandel, Factory Outlet Center) gemeinsam einen erfolgreichen Weg gehen werden.“



FOTO: GÖRTZ

**LUDWIG GÖRTZ**

„ECE und Görtz verbindet eine 50-jährige enge Partnerschaft. Beide Marken haben sich in dieser langen Zeit immer wieder neu erfunden. Innovationen haben unseren gemeinsamen Weg begleitet, und nur mit Mut zu Neuem werden wir auch die Zukunft meistern. Denn wo es keinen Mut zu Neuem gibt, ist kein Raum für Innovation und damit für Fortschritt.“



FOTO: INDITEX

**MATTHIAS ALIPASS**  
Geschäftsführer von  
Inditex in Deutschland

„Die ECE ist aus der Welt des Einzelhandels nicht mehr wegzudenken. Gemeinsam sind wir dort, wo wir als Händler sein müssen – ganz nah am Kunden.“



FOTO: THALIA

**KLAUS ORTNER**  
Geschäftsführer der  
Thalia Holding GmbH

„Das Wachstum von Thalia fiel immer und unmittelbar mit dem Wachstum der ECE zusammen. Keine Center-eröffnung in den letzten Jahrzehnten, mit der wir uns nicht intensiv beschäftigt haben; kaum eine, die wir als Mieter nicht direkt begleitet haben. Als bundesweit aufgestellter Filialist hilft uns die ECE, mit ihren erfolgreichen Centerkonzepten, bundesweit vertreten zu sein – auch in Städten und Stadtteilen, die aufgrund Ihrer Größe nicht unbedingt in unserem Fokus liegen.“



FOTO: DOUGLAS

**DR. HENNING KREKE**  
Vorsitzender des Vorstandes  
DOUGLAS HOLDING AG

„Die ECE setzt wie Douglas auf erstklassige Lagen, ein stilvolles Ambiente und eine Atmosphäre, in der sich die Kunden wohlfühlen. Darauf kommt es an. Deshalb ist die ECE für uns seit vielen Jahren ein professioneller und geschätzter Partner.“



FOTO: ESSANELLE

**DIETER BONK**  
Mitglied des Vorstandes  
der HairGroup AG

„Wir sind mit unseren unterschiedlichen Salon- und Shopkonzepten (essanelle Ihr Friseur, HairExpress, Super Cut und beautyhairshop) bereits mit über 110 Filialen in den Projekten der ECE vertreten und schätzen besonders die offene, ehrliche, fast familiäre Kommunikation mit dem ECE-Management. Dessen jahrelange Erfahrung bildet eine stabile Basis für unsere erfolgreiche Zusammenarbeit.“



FOTO: DEICHMANN

**HEINRICH DEICHMANN**  
Vorsitzender des Verwaltungsrates  
der Deichmann SE

„50 Jahre ECE, 100 Jahre Deichmann – wir gehen schon lange erfolgreich einen gemeinsamen Weg. Hinter beiden Marken stehen Unternehmerfamilien, die ihr Geschäft langfristig betreiben – die in Generationen denken und nicht in Quartalen. Was ich gut in Erinnerung habe, ist die Zusammenarbeit mit der ECE bei unserem Eintritt in nicht alltägliche Märkte wie Litauen oder die Türkei, die eine Menge landesspezifisches Know-how erfordern. Dort war es sehr hilfreich, mit der ECE eine Basis und Ansprechpartner vorzufinden, auf die man aufbauen kann.“



FOTO: REWE

**STEPHAN KOOF**  
Leiter Expansion Vollsortiment  
national der REWE GROUP

„Authentisch, partnerschaftlich und kreativ! Das ist die REWE-ECE-Chemie.“



Der Foodcourt des Milaneo, wo täglich rund 10.000 Gerichte über die Theken wandern, befindet sich im Herzen der Stuttgarter Mall.



# ESSEN MIT KONZEPT

Bis vor einigen Jahren führten Gastronomiefächen in Einkaufszentren eher ein Schattendasein. Mittlerweile zählen Food-Courts zu den Frequenzbringern. Die gastronomischen Trends sind schnell, frech und frisch.



Hier ist mehr als nur Bratwurst und Pommes gefragt: Wer die Aufenthaltsdauer der Kunden in den Centern verlängern will, kommt an dem Thema Gastronomie nicht vorbei. Denn zu einem entspannten Einkaufsbummel zählt heutzutage auch die Einkehr in Restaurants und Cafés oder ein Snack zwischendurch. Das haben Shopping-Center-Betreiber erkannt und reagieren auf den Trend mit durchdachten Gastronomiefächen mit einem vielfältigen Angebot. Paradebeispiele wie das Milaneo in Stuttgart und das Skyline Plaza in Frankfurt zeigen, dass sich ausgefeilte Gastronomieangebote sogar zu starken Frequenzbringern entwickeln können.

Dabei sind Food-Courts in vielen Ländern noch ein recht junges Phänomen. Lange Zeit wurde das Thema Gastronomie als Nebensache betrachtet. Tageslicht, ansprechende Gestaltung, hippe Sitzgelegenheiten und verschönernde Elemente in den Gastronomiebereichen galten bestenfalls als Fleißaufgabe. Doch das ist Vergangenheit.

## CASUAL DINING AUF DEM VORMARSCH

Als Gegenentwurf zum Onlinehandel entwickeln sich die Einkaufszentren noch stärker zu Destinationen

mit hoher Erlebnis- und Aufenthaltsqualität. Stichwort: „The Place To Be“. Entsprechend wächst nicht nur die kulinarische Vielfalt in den Centern, sondern auch der Anteil der Gastronomiefächen. Lag der Wert in den ECE-Centern um die Jahrtausendwende bei rund fünf Prozent der Gesamtmietfläche, ist er heute bei neuen Centern mit circa acht bis zehn Prozent bereits fast doppelt so hoch.

Klaus Rethmeier, Director Key Account Management International bei der ECE, erklärt, worauf es bei den Gastronomiefächen ankommt: „Die Kunden verlangen nach einer Wohlfühlatmosphäre. Wir verfolgen diesbezüglich zwei Strategien. Einerseits achten wir bei den Food-Courts darauf, dass sie über eine spannende Architektur und über ein abwechslungsreiches Angebot verfügen. Andererseits forcieren wir ‚Casual Dining‘, also hochwertige Lokale mit Außenanbindungen und teilweise längeren Öffnungszeiten.“ Als ein Beispiel für Casual Dining gilt das Alex im Frankfurter Skyline Plaza. Das Restaurant zählt im Skyline Garden, dem riesigen Dachgarten des Shopping-Centers, 500 Sitzplätze unter freiem Himmel. Doch auch eine Vielzahl kleiner Cafés und Coffee-Shops bereichert die Atmosphäre der Einkaufsgalerien.

Aber wonach gelüftet es nun hungrigen Besuchern in den Einkaufszentren? Rethmeier ortet drei Trends: „Asiatische Konzepte sind extrem angesagt. Die Gäste lieben frisch zubereitete thailändische, vietnamesische und chinesische Wok-Gerichte und Sushi. Unter dem Schlagwort ‚Quick Casual Dining‘ befinden sich darüber hinaus Gourmet-Burger auf dem Vormarsch. Und drittens erfreut sich italienisches Essen ungebremsster Beliebtheit.“ Laut dem ECE-Experten muss der Gastronomiemix in den Einkaufszentren diese lukullische Dreifaltigkeit unbedingt abdecken, gepaart mit „Local Heroes“ wie etwa der besten Currywurst-Bude der jeweiligen Stadt.

## BEISPIELHAFT ERFOLGSKONZEPTE

Von den abstrakten Trends zu konkreten Konzepten, die momentan bei den Kunden das Rennen um die Gaumenfreude machen. Das deutsche Systemgastronomunternehmen asiahung steht beispielhaft für die Lust auf asiatische Küche. Gründerin Thi Than Xuan Pham startete 1998 im Schlosspark-Center in Schwerin. Aktuell zählt asiahung mehr als vierzig Standorte in ganz Deutschland. Diese gastronomische Erfolgsgeschichte ist eng mit der ECE verknüpft, die an das Unternehmen glaubte und ihm passende Flächen vermietet.

Ähnliches gilt für Hans im Glück, das den Trend nach Quick Casual Dining widerspiegelt. Die Gastronomieketten unterscheidet sich ganz bewusst von anderen Burgergrills und setzt auf Frische und Natürlichkeit sowie auf Lagen in

*Italienisch geht immer. Die Leidenschaft für Pizza, Pasta und Dolce Vita verkörpert Vapiano. Der 2002 in Hamburg gegründete Systemgastronomiebetrieb steht für interaktives Front-Cooking und zählt mittlerweile rund 150 Lokale in 29 Ländern.*



FOTO: VAPIANO



Als ein Beispiel für Casual Dining gilt das Alex im Frankfurter Skyline Plaza. Das Restaurant zählt im Skyline Garden, dem riesigen Dachgarten des Shopping-Centers, 500 Sitzplätze unter freiem Himmel.

renommierten Einkaufszentren wie dem Milaneo in Stuttgart und dem Weserpark in Bremen. Die Leidenschaft für italienische Pizza, Pasta und Dolce Vita verkörpert wiederum Vapiano, das u. a. im Forum Mittelrhein zu finden ist. Der 2002 in Hamburg gegründete Systemgastronomiebetrieb steht für interaktives Front-Cooking – alle Gerichte werden vor den Augen der Gäste nach deren Wünschen zubereitet.

Auch auf schnelllebige Trends wie Bubble Tea und Donuts hat die Branche gelernt zu reagieren. Dank des flexiblen Einsatzes von Mall-Kiosken kann sie neue, pfiffige Konzepte unkompliziert testen. Was sich bewährt, kann später gegebenenfalls auf Shop-Flächen wechseln.

## BESUCHER IMMER ANSPRUCHSVOLLER

Unterm Strich gewinnt das gastronomische Angebot in den Einkaufszentren immer mehr an Qualität, Originalität und Vielfalt. Ebenso erfüllen die Architektur und das Ambiente der Food-Courts die gestiegenen Ansprüche der Besucher. So befindet sich der Food-Court des Stuttgarter Milaneo, wo täglich rund 10.000 Gerichte über die Theken wandern, im Herzen der Mall. Und zwar im „Urban“-Bereich, wo Straßen, Plätze und Grünflächen sowie entsprechende Materialien den Charakter einer pulsierenden Stadt erzeugen. Dazu erläutert Klaus Rethmeier: „Die Kunden werden immer anspruchsvoller. Auch weil wir sie in diese Richtung ‚erziehen‘. Wenn ein Besucher in einem Einkaufszentrum einen sensationellen Food-Court vorfindet, steigen seine dahingehenden Erwartungen an andere Center. Es herrscht also ein Innovationsdrang in puncto Gastronomiefächen. Auch die Konzepte werden immer professioneller und kundenorientierter. Die ECE hat die Ressourcen, um diese Marktumwälzungen bestmöglich zu verarbeiten.“ Es wird sozusagen angerichtet.







Ein Projekt zur Verzahnung von Online und Offline aus den Future Labs der ECE ist die Click&Collect-Funktion, die sich in die Center-App integrieren lässt.

Der Limbecker Platz in Essen sowie das Alstertal-Einkaufszentrum in Hamburg dienen als Testlabore für neue Technologien und Services. Angebote, die der Kunde annimmt, werden dann in weitere Center der ECE ausgerollt. Services, die sich nicht bewähren – dazu zählte bislang beispielsweise ein Avatar als virtuelle Kundeninformation und ein Social-Media-Check-in –, werden nach dem Trial-and-Error-Prinzip eingestellt.

Beispiele für Angebote, die sehr gut angenommen werden, sind die kostenlosen Center-Apps. Sie sind das Herzstück der Future Labs und wurden aufgrund des großen Erfolges bereits in weiteren 27 ECE-Shopping-Centern unter dem Namen „Love to Shop“ ausgerollt. Die Center-Apps lassen dem Nutzer genau dann personalisierte und damit wirklich relevante Informationen über Angebote im Center zukommen, wenn er in der Nähe ist. Sie wurden bereits von mehr als 130.000 Kunden heruntergeladen. Weitere Services der Future-Labs, die sich ebenfalls im Roll-out befinden, sind das 3-D-Wegeleitsystem, digitale Kinderspielflächen und der kostenlose WLAN-Zugang.

„Wir müssen uns immer wieder neu erfinden, um den Erwartungen unserer Kunden auch weiterhin gerecht zu werden. Deshalb greifen wir gezielt aktuelle Trends auf und testen beispielsweise in unseren Future Labs neue Technologien für ein noch persönlicheres Einkaufserlebnis.“



JOANNA FISHER  
Managing Director  
Center Management



Ein weiteres Projekt zur Verzahnung von Online und Offline ist die Click&Collect-Funktion, die sich in die Center-App integrieren lässt. Seit kurzem können Kunden ausgewählte Artikel teilnehmender Shops über die Apps des Alstertal-Einkaufszentrums und des Limbecker Platzes mit Paypal kaufen und noch am selben Tag oder zu einem beliebigen Wunschzeitpunkt abholen.



# SHOPPING-CENTER RELOADED

Einfacheres Parken, taggleiche Lieferservices, digitale Navigationsmöglichkeiten sowie Onlinebestellungen per Click&Collect: Das sind nur einige der Services, mit denen die ECE ihre Center fit für die Zukunft macht.



„Handel ist Wandel“, heißt es einprägsam, und das gilt heute mehr denn je: Die Globalisierung schreitet voran, das Thema Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung, und auch demografische Umwälzungen erfordern ein Umdenken. Größte Herausforderung für den „klassischen“ stationären Einzelhandel dürfte jedoch der E-Commerce sein, der stetig höhere Umsätze für sich verbuchen kann und damit zu einem wichtigen Transformationsmotor im Handel wird. Ohne Strategien, die dieser Entwicklung Rechnung zollen, geht künftig nichts. Wie sieht es also aus, das Einkaufszentrum der Zukunft, das sich an die neuen Kundenbedürfnisse anpasst und in einer zunehmend digitalisierten Welt behaupten kann? Sebastian Baumann, Innovationsmanager und Projektleiter der ECE-„Future Labs“, erklärt dazu: „Die Grenzen

zwischen Online und Offline werden zunehmend verschwinden. Die Kunden erwarten in Zukunft ein barrierefreies Multichannel-Erlebnis und Services wie Click&Collect; Onlineverfügbarkeitsprüfung von Waren und Mobile Payment werden dabei eine wesentliche Rolle spielen. Generell werden aufgrund der immer schneller werdenden technologischen Entwicklung die Innovationszyklen und -sprünge immer größer.“

## FUTURE LABS ALS TESTLABORE FÜR NEUE SERVICES

Um bei diesen Sprüngen vorn mit dabei zu sein und die Vorteile der Onlinewelt mit den Vorzügen des realen Shoppens zusammenzuführen, startete die ECE im Frühjahr 2013 die „Future Labs“:



ESPRIT

Herzlichen Glückwunsch

25.000 QM, 51 GEMEINSAME STORES UND FAST 20 JAHRE VERBINDEN UNS. ESPRIT GRATULIERT DER ECE HERZLICH ZUM 50. GEBURTSTAG!



„Same Day Delivery“ ermöglicht es, Einkäufe aus dem Center noch am selben Abend nach Hause transportiert zu bekommen.

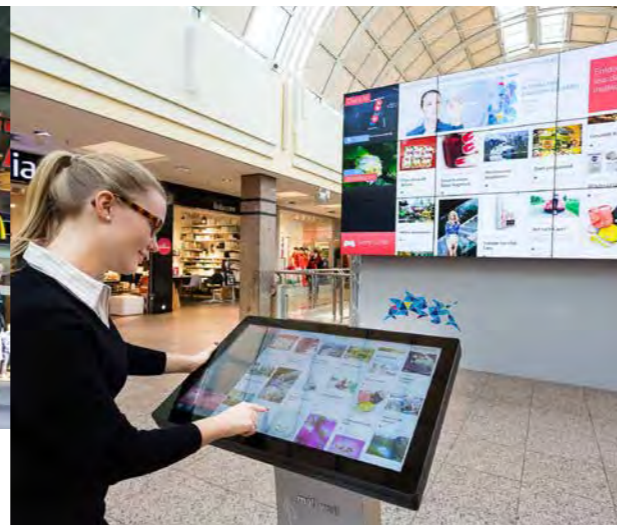


### KOMFORTABLES PARKEN

Über Freud oder Leid des Offlinekunden entscheidet nicht nur das Einkaufserlebnis an sich, sondern die gesamte Customer-Journey – für Autofahrer fängt diese bereits beim Parken an. Auch hier haben die Future Labs seit kurzem eine Innovation im Köcher: die kontaktlose Parkkarte mit RFID-Chip (Radio Frequency Identification). Sensoren im Center-Parkhaus erkennen die hinter der Sonnenblende platzierte RFID-Karte, sodass der Fahrer nicht das Fenster bei Wind und Wetter herunterkurbeln muss, um ein Ticket zu lösen. Bei der Ausfahrt wird der zu bezahlende Betrag automatisch abgebucht. Das Warten am Kassensystem sowie der Kampf mit dem Kleingeld entfallen.

Nicht nur fürs Parken, sondern auch für die Orientierung im Center werden in den Future Labs verschiedene Lösungen getestet. Das 3-D-Wegeleitsystem an den Center-Eingängen hat sich dabei

3-D-Wegeleitsysteme gehören zu jenen Angeboten, die die Kunden gut annehmen und die deshalb seit 2014 in weiteren Centern ausgerollt werden.



Sehr beliebt: die „Mall Wall“, ein riesiger interaktiver Bildschirm mit aktuellen Angeboten im Center, Spielmöglichkeiten und Infotainment.

bereits in der Praxis bewährt. Der Kunde kann an den Touchscreens nach Artikeln, Marken und Shops suchen und sich die kürzeste Route zum gewünschten Shop in einer 3-D-Perspektive anzeigen lassen. In Zukunft wird das sogar noch komfortabler über das eigene Smartphone und die Center-App von jeder beliebigen Position im Center funktionieren – dank sogenannter iBeacons. Sebastian Baumann erläutert den noch jungen Begriff: „Bei den iBeacons handelt es sich um kleine Sender, die auf Bluetooth basieren. Wenn ein Kunde auf seinem Smartphone die dazugehörige Center-App installiert hat, können App und im Center verortete Beacons miteinander kommunizieren, Positionsbestimmungen durchführen und dadurch ortsbezogene Nachrichten – zum Beispiel über Sonderangebote – zielgenau übermitteln.“

### SERVICE GEWINNT AN BEDEUTUNG

Apropos Sonderangebote: Gemäß der großangelegten Multichannel-Studie „Dem Kunden auf der Spur“, in der die ECE gemeinsam mit Roland Berger Strategy Consultants 42.000 Konsumenten befragt hat, ist nicht der Preis entscheidend für die Wahl des Einkaufskanals. Um die Waren sofort verfügbar zu haben oder eine professionelle Beratung zu erhalten, greifen Kunden offline auch gern mal tiefer in ihre Taschen. Was sie jedoch gern vermeiden, ist, größere Einkäufe mühselig in die eigenen vier Wände zu schleppen. Abhilfe schafft hier das Angebot „Same Day Delivery“, welches erstmals im neuen Milaneo in Stuttgart und anderen Centern eingeführt wurde.

Der Service ermöglicht es, Einkäufe aus dem Einkaufszentrum noch am selben Abend nach Hause transportiert zu bekommen. Der Kunde gibt dafür seine Tüten am sogenannten „Drop-off-Point“ im Center ab, hinterlässt eine Wunschlieferadresse und bekommt die Ware gegen eine geringe Gebühr taggleich zugestellt. Das stößt auf reges Interesse bei den Center-Besuchern in Stuttgart. Durchschnittlich werden drei Einkaufsstützen je Lieferkunde abgegeben. Technik, Mode und Lebensmittel dominieren die Transporte.

### MIT ALLEN SINNEN

So wichtig der Service auch ist – gerade im stationären Handel geht es auch darum, den Kunden emotional zu gewinnen. Denn das Shopping-Erlebnis mit allen Sinnen kann das Internet bislang nur rudimentär abbilden. Die ECE experimentiert daher mit Licht, Klang und Düften, um ihre Shopping-Center zu ganz besonderen Orten zu machen. Im neuen Aquis Plaza, welches im Herbst in Aachen seine Tore öffnen wird, planen Baumann und die Architekten der ECE bereits einen ersten Einsatz in der Praxis.



Am Info Gate beantworten Center-Mitarbeiter Fragen der Besucher via Live-Video-Stream.

Die Möglichkeiten für Einkaufszentren, Kunden auch in Zeiten rasanten Wandels an sich zu binden, sind vielfältig. Es gilt, Synergien mit der digitalen Welt zu nutzen. Und sich auf seine Stärken zu besinnen: dass Center mehr als nur Orte des Konsums sind.



50 Jahre ECE

50 Jahre Shopping-Center Geschichte

RESPEKT!

SES gratuliert herzlich und wünscht..

..weiterhin viele große Erfolge!

ses Spar European Shopping Centers

### Connect with the Spirit of Retailing

SES Spar European Shopping Centers ist Entwickler, Errichter und Betreiber von großflächigen Handelsimmobilien und kreiert urbane, pulsierende Shopping-Destinationen als zeitlos-moderne Marktplätze mit höchster Aufenthaltsqualität. SES managt aktuell 28 Shopping-Center in Zentral-, Süd- und Osteuropa. In Österreich und in Slowenien ist SES Marktführer.

Wir gratulieren dem Marktteilnehmer ECE zum Jubiläum.

SES Spar European Shopping Centers GmbH  
T: +43 662 44 71-7041, development@ses-european.com





# NACHHALTIGKEIT IM DIALOG



Das Skyline Plaza in Frankfurt ist für seine nachhaltige Planung und städtebauliche Integration von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) mit einem Zertifikat in Gold ausgezeichnet worden.

Von effizienten Leuchtmitteln über E-Mobilität und regenerative Energien bis hin zu Zertifizierungen: Um Immobilien nachhaltiger zu machen, muss man an vielen Punkten ansetzen. Die ECE nimmt das Thema gemeinsam mit Mieterpartnern, Investoren und Wissenschaftlern in Angriff.



Schon die Geschäftsidee an sich beinhaltet den Nachhaltigkeitsgedanken. Denn die ECE entwickelt nicht nur Shopping-Center, sondern verbleibt als Vermieter und Manager langfristig am Standort und übernimmt somit dauerhafte Verantwortung für die Immobilien. Hinzu kommt, dass die ECE ein Familienunternehmen ist, bei dem sich die Verantwortung für kommende Generationen in der Unternehmenskultur widerspiegelt. „Wir verstehen Nachhaltigkeit als ganzheitlichen Ansatz, der ökologische und sozi-

ale ebenso wie ökonomische Aspekte umfasst“, erklärt Maria Hill, Head of Corporate Relations & Sustainability der ECE.

## IM UNTERNEHMEN FEST VERANKERT

In der Unternehmensstruktur ist das Thema seit 2007 fest verankert: Ein Nachhaltigkeitsteam mit Vertretern aller Geschäftsbereiche fördert den Know-how-Austausch im Unternehmen und dokumentiert Fortschritte, unter anderem im Nachhaltigkeits-

bericht, den die ECE alle zwei Jahre veröffentlicht. In ihrem Engagement wird die ECE zudem von einem externen Nachhaltigkeitsbeirat unterstützt, den die ECE als erstes Unternehmen in der Immobilienwirtschaft berufen hat. Er setzt sich aus fünf Mitgliedern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik zusammen, deren unterschiedliche Kompetenzen die zentralen Bereiche Ökonomie, Ökologie und Soziales abdecken – etwa Andreas Wenthe (ehemals Philips), Ole von Beust (ehemaliger Erster Bürgermeister Hamburgs) oder der Polarforscher Arved Fuchs. Im Dialog mit der Geschäftsleitung begleitet der Beirat kritisch-konstruktiv die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie und trägt Impulse aus der Gesellschaft ins Unternehmen. Auch alle Projekte der ECE werden in diesem Beirat vorgestellt.

Den ersten strategischen Schwerpunkt legte die ECE auf das Thema Kühlung. „Hierfür verbrauchen Shopping-Center die meiste Energie“, so Hill, „denn durch das viele Licht und die vielen Menschen entsteht in den Centern viel Wärme.“ Eine natürliche Be- und Entlüftung zählt heute zu den Standards der ECE-Center, ebenso wie differenzierte, bedarfsabhängige Lichtsteuerungen. „Außerdem haben wir in Kooperation mit Philips begonnen, die neue LED-Technologie für die Grundbeleuchtung der Mall einzusetzen, um energieeffizienter zu werden und gleichzeitig das Wärmeproblem zu verringern.“ Dabei war es wichtig, auch die Mieterpartner sukzessive davon zu überzeugen – mit Pilotprojekten zu neuen Lichtkonzepten und eigens entwickelten Lichthandbüchern.

## IM DIALOG MIT DEN EINZELHÄNDLERN

Der intensive Dialog mit den Einzelhandelsmietern, um gemeinsam nach Lösungen zu suchen, ist ein weiterer Grundpfeiler der Nachhaltigkeitsstrategie der ECE. Beim jährlichen „ECE Retail Technical Meeting“ stehen Themen wie Energieeffizienz und Zukunftskonzepte beim Ladenbau im Mittelpunkt. 2013 lud die ECE ihre Mieterpartner zudem erstmals zur sogenannten „Nachhaltigkeitsschmiede“ ein. In Workshops erarbeiteten die Teilnehmer beispielsweise Ideen, wie Shop-Betreiber und ECE sich gemeinsam den Herausforderungen von Zertifizierungssystemen und gesetzlichen Vorgaben stellen können. Auch zum Thema Licht flossen viele Ideen ein. „Wir untersuchen permanent die Einsatzmöglichkeiten neuer Lichttechnologien, um hier noch effizienter und besser zu



Die ECE fördert nachhaltige Mobilität unter anderem mit Stromtankstellen in mehreren Center-Parkhäusern.

werden“, so Dr. Stephanie Dutzke-Wittneben, die als Chief Sustainability Officer das Nachhaltigkeitsteam der ECE leitet. Die ECE hat darüber hinaus neue Mietverträge um einen „Green Lease“-Aspekt erweitert. Hierin verpflichtet sie sich gemeinsam mit den Mieterpartnern, sich über Nachhaltigkeitsthemen auszutauschen, und legt ihnen unter anderem den Einsatz von natürlichen Materialien, LEDs und Ökostrom nahe.

## VERANTWORTUNG FÜR STADTENTWICKLUNG UND QUARTIERSPLANUNG

Neben den Mieterpartnern zählen auch Investoren und Stadtvertreter zu den Stakeholdern, mit denen die ECE einen intensiven Austausch pflegt. Ein ideales Forum hierfür ist der Nachhaltigkeitskongress, zu dem die Geschäftsführung regelmäßig einlädt und



„Die DGNB gratuliert der ECE herzlich zum 50-jährigen Unternehmensjubiläum und wünscht weiterhin guten Erfolg bei der Verbreitung des nachhaltigen Bauens. Die ECE hat sich nicht nur einer nachhaltigen Unternehmensphilosophie verschrieben, sondern in den vergangenen Jahren bereits mehr als 20 Gebäude DGNB-zertifiziert. Damit setzt das Unternehmen wichtige Signale für mehr Nachhaltigkeit in der Baubranche. Dafür spricht auch das eigens entwickelte Handbuch „Nachhaltige Shopping-Center“, das wichtige Impulse für die Errichtung von Handelsbauten setzt. Dieses Engagement wissen wir sehr zu schätzen.“



FOTO: DGNB

**DR. CHRISTINE LEMAÎTRE**  
Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen – DGNB e.V.







LED-Decke im Stuttgarter Milaneo: Eine großflächige, aber extrem effiziente Lichtinstallation schafft optimale Lichtverhältnisse.



an dem auch Mitarbeiter und externe Fachleute teilnehmen. „Die Stadt im Klimawandel – der Mensch im Wertewandel“, lautete das Leitthema 2013. Auf der Agenda stand zum einen das Zukunftskonzept „Nachhaltige Mobilität“ – mit guten Angeboten im öffentlichen Personennahverkehr, intelligent vernetzt mit Carsharing-Konzepten und E-Mobilität. Zweitens „Handel im Wandel, moderne Konzepte für den Konsumenten von morgen“ und drittens eine „Zukunftsorientierte Stadtentwicklung“: energieeffizient, mit innovativen Finanzierungsmodellen und im Dialog mit allen am Planungsprozess Beteiligten.

### FORSCHEN FÜR DIE ZUKUNFT

Um konkrete Lösungen für nachhaltige Center zu finden, hat die ECE drei Forschungsprojekte in Auftrag gegeben, zuletzt das Projekt „Kosten- und Emissionen-optimiertes Shopping-Center“ in Zusammenarbeit mit den Technischen Universitäten Karlsruhe und Zwickau. Es soll die Möglichkeiten im Bereich erneuerbarer Energie ausloten. Ebenfalls gemeinsam mit Wissenschaftlern der TU Karlsruhe sowie mit Experten aus ihren Fachbereichen hat die ECE das „Handbuch Nachhaltige Shopping-Center“ erarbeitet, um Nachhaltigkeit zu einem selbstverständlichen Bestandteil der täglichen Arbeit zu machen. Das Handbuch befasst sich mit der Entwicklung von Centern und listet nicht nur mehr als vierzig essenzielle Nachhaltigkeitskriterien für die Bereiche Ökologie, Ökonomie, Technik, Prozesse, Standort und Soziales/Funktionales auf. Es liefert auch viele Hand-

*Ausgezeichnet: 2014 ging der jährliche Umweltpreis des Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V. an ECE-Geschäftsführer Alexander Otto.*

lungsempfehlungen und orientiert sich dabei an den Kriterien der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB). Ergänzt wird das Werk um das Handbuch „Nachhaltiges Betreiben von Shopping-Centern“: Dessen Themen und Checklisten sollen die Mitarbeiter in den Bestandscentern sensibilisieren und ihnen konkrete und praktische Handlungsempfehlungen für den nachhaltigen Betrieb geben.

### ARBEITEN AN VIELEN DETAILS

In einem weiteren aktuellen Projekt mit dem Titel „Green Opportunities“ nimmt das Unternehmen die Immobilienportfolios seiner Investoren unter nachhaltigen Gesichtspunkten unter die Lupe. „Hier erbringen wir eine Beratungsleistung hinsichtlich einer Zertifizierung und entwickeln Maßnahmen, um die Immobilie unter nachhaltigen Gesichtspunkten zu optimieren“, präzisiert Thomas Lehmann, Leiter des Bereichs Special Engineering Services. Auch die Auftraggeber von Büro- oder Logistikgebäuden, Hotels und anderen Immobilientypen unterstützt die ECE im Zertifizierungsprozess. So erhielt zuletzt das Kap Europa, ein Kongresszentrum in Frankfurt, das DGNB-Hauptzertifikat in Gold.

Nachhaltigkeit bedeute, an vielen Details zu arbeiten, fasst Hill zusammen. „Es gibt nicht den einen großen Knopf, auf den man drücken kann, um CO<sub>2</sub>-neutral zu sein. So reicht es beispielsweise nicht, energieeffiziente Technologien einzusetzen, sondern die Mitarbeiter müssen auch entsprechend für den vernünftigen Einsatz dieser Anlagen geschult werden. Grundlegend bei allem sind aber der ständige Dialog und Impulse von außen.“



FOTOS: ARVED FUCHS EXPEDITIONEN, ECE

# „EIN SEHR KRITISCHER GESPRÄCHSPARTNER“

Der Polarforscher und Abenteurer Arved Fuchs ist ständiges Mitglied im ECE-Nachhaltigkeitsbeirat. Im Interview erklärt er die Arbeit des Gremiums und welche Rolle er persönlich dort einnimmt.



**ACROSS: HERR FUCHS, SIE SIND IM NACHHALTIGKEITSBEIRAT DER ECE. WAS IST DER NACHHALTIGKEITSBEIRAT, UND WAS MACHT ER?**

**ARVED FUCHS:** Das Thema Nachhaltigkeit sollte grundsätzlich in jedem großen Unternehmen verankert sein. Bei der ECE wird dieser Gedanke sehr ernst genommen. Deshalb wurde vor rund vier Jahren ein Nachhaltigkeitsbeirat gegründet. Der Beirat setzt sich aus verschiedenen Personen zusammen, die nicht notwendigerweise aus der Immobilienbranche kommen, und versteht sich als eine Art Ideenschmiede. Wir treffen uns mindestens einmal jährlich, kommunizieren und publizieren fortwährend. In der Regel werden bei unseren Sitzungen ECE-Projekte in Form von Fachreferaten vorgestellt. Dann diskutieren und kommentieren wir die Projekte. Der Beirat ist ein Schmelztiegel von Ideen und von kritischen Betrachtungsweisen, um eine Brücke zwischen der Theorie und der praktischen Umsetzung von Bauprojekten zu schlagen. Wir denken in die Zukunft.

**ACROSS: KÖNNEN SIE DAS ETWAS KONKRETISIEREN?**

**FUCHS:** Nehmen Sie das Beispiel Beleuchtung. Beleuchtungseffizienz ist ja ein Riesenthema, und der Wärmeabtransport ist bei Einkaufszentren oftmals ein großes Problem. Wie können hier etwa neue Lichttechnologien helfen? Wie kann man für die Mieter Anreize schaffen, sich an Energiesparmaßnahmen zu beteiligen? Wir beschäftigen uns mit aktuellen Entwicklungen und mit dem, was technisch möglich ist. Der Beirat gibt Empfehlungen ab, z. B. wie die Zuliefererkette in eine Zertifizierung eingebunden werden kann. Es geht um das Skizzieren ehrgeiziger Leuchtturmprojekte. Der Beirat kann und soll ein sehr kritischer Gesprächspartner sein. Zusammengefasst ist der Beirat ein Gremium, in dem Menschen aus den verschiedensten Gesellschaftsschichten in Zusammenarbeit mit den ECE-Bauexperten Gedanken frei entwickeln können, die dann entsprechend in der Praxis umgesetzt werden – sofern das möglich ist, versteht sich.

**ACROSS: WARUM BESCHÄFTIGEN SIE SICH ALS POLARFORSCHER MIT IMMOBILIENPROJEKTEN?**

**FUCHS:** Für mich ist der Nachhaltigkeitsbeirat eine optimale Möglichkeit, wichtige Entscheidungsträger zu erreichen. Es macht keinen Sinn, sein Wissen für sich zu behalten und lediglich zu lamentieren. Ich mische mich ein. Auf meinen Polarexpeditionen erlebe ich seit Jahren unmittelbar die Auswirkungen des Klimawandels. Das Klima erwärmt sich im arktischen Raum doppelt so schnell wie im Rest der Welt. Er ist wie eine Art Frühwarnsystem der Natur. Was hier zuallererst passiert, kommt mit ein wenig Verzögerung auch woanders an. Wenn man in einer urbanen Welt lebt, sind einem vielleicht die Auswirkungen des Klimawandels nicht immer bewusst. Ich versuche daher mein Wissen und meine Erfahrungen zu transportieren, ohne das zu verwissenschaftlichen. Etwa indem ich als ein Beispiel erkläre, dass eine kleine Gemeinde im Norden Alaskas umgesiedelt werden muss, weil ihre Siedlung aufgrund der Erderwärmung einfach wegerodiert. Meine Aufgabe ist es, die Auswirkungen des Klimawandels eben auch in einen Nachhaltigkeitsbeirat hineinzutransportieren.

**ACROSS: NUR DIE WENIGSTEN GROSSEN UNTERNEHMEN HABEN EINEN NACHHALTIGKEITSBEIRAT. IST ER NUR AUSHÄNGESCHILD ODER EIN VORBILD FÜR DIE BRANCHE?**

**FUCHS:** Der ECE-Nachhaltigkeitsbeirat hat Vorbildcharakter – ein weiteres Leuchtturmprojekt! Ich kenne Alexander Otto persönlich, und ich weiß, dass ihm die Thematik ein unmittelbares Anliegen ist. Im Nachhaltigkeitsbeirat wird wirklich gearbeitet und kontrovers, aber auch sehr konstruktiv diskutiert. Herr Otto und weitere ECE-Geschäftsführer sind bei unseren Beiratstreffen immer dabei. Also wenn ich das Gefühl hätte, dass der Nachhaltigkeitsbeirat nur eine plakative Maßnahme ist, dann wäre ich – und ich glaube auch die Fülle anderer Leute – nicht dabei.





Die Hamburger Kunsthalle kann dank der „Dorit & Alexander Otto Stiftung“ modernisiert werden.



Durch die Neugestaltung des Jungfernstiegs in Hamburg erhielt der Prachtboulevard an der Binnenalster seine Attraktivität zurück.



Die „Alexander Otto Sportstiftung“ unterstützte den Rollstuhlbasketball bei der Anschaffung neuer Sportrollstühle.

# SINNSTIFTEND

Unternehmenschef Alexander Otto und die ECE stellen sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung. Im Mittelpunkt stehen dabei verschiedene Stiftungen, die vielfältige Projekte initiieren und fördern.



Als der Begriff „Corporate Social Responsibility“ im Jahr 2001 Eingang ins Grünbuch der Europäischen Kommission fand, war die Familie Otto längst beispielgebend für gesellschaftliches Engagement. Sehr früh schon hatte ECE-Gründer Werner Otto die Gesellschaft an seinem unternehmerischen Erfolg teilhaben lassen und Verantwortung übernommen, indem er sich gerade auch für sozial Schwächere engagiert hat. Und für seinen Sohn Alexander Otto, den heutigen ECE-Geschäftsführungsvorsitzenden, sei es „eine Herzenssache, das Engagement seines Vaters fortzuführen – sei es persönlich, mit seinem Unternehmen oder einer ihm beziehungsweise der ECE nahestehenden Stiftung“, erläutert Rando Aust, Head of Corporate Citizenship bei der ECE. Und Alexander Otto selbst: „Soziales Engagement ist extrem wichtig für den gesellschaftlichen Zusammenhalt, und daher verstehe ich es nicht nur als Teil unternehmerischer Verantwortung, sondern es ist mir auch ein ganz persönliches Anliegen.“

## STÄDTE LEBENDIG GESTALTEN

Im Jahr 2000 gründete Alexander Otto die Unternehmensstiftung „Lebendige Stadt“, die die Attraktivität und Vielfalt der Innenstädte erhöhen soll. „Politiker, Architekten, Stadtplaner, Unternehmer, Wissenschaftler und Künstler bringen sich

in der Stiftung mit Rat und Impulsen ein und machen sie damit zu einem runden Tisch für die Städte“, so Aust.

Die Stiftung – unter dem Vorstandsvorsitz von ECE-Geschäftsführer Dr. Andreas Mattner – fördert und initiiert Best-Practice-Projekte. Seit ihrer Gründung hat die Stiftung ein Projektvolumen von rund 28 Millionen Euro bewegt. Dazu zählen beispielsweise die künstlerischen Illuminationen der Hamburger Speicherstadt, des Berliner Reichstagsgebäude sowie des Kölner Rheinufer und – als jüngstes Beispiel – die Illumination von mehr als 30 Bahnunterführungen in 24 deutschen Städten. Ein weiteres Projekt hat die Stiftung gemeinsam mit der Stadt Hamburg initiiert: die Neugestaltung des Jungfernstiegs, dank der der alte Prachtboulevard an der Binnenalster seine Attraktivität zurückerhielt. Mitunter betreibt die Stiftung aber auch „Stadt-reparatur“, etwa mit der Grüngestaltung des Essener Krupp-Parks, der auf einer früheren Industriebrache angelegt wurde.

„Das Ziel der Stiftung besteht darin, Ideen und Projekte mit Best-Practice-Charakter aufzuspüren, darauf aufmerksam zu machen und sie anderen Städten zur Nachahmung zu empfehlen“, erklärt Aust, „wofür auch die Stiftungspreise zählen, die wir

jedes Jahr zu einem anderen Thema ausloben.“ 2014 wurden beispielsweise Best-Practice-Konzepte gesucht, wie die Städte ihre Vergangenheit lebendig halten und damit Identität stiften. Und 2013 hat die Stiftung gemeinsam mit der Deutschen Umweltstiftung den Bundeswettbewerb „Lebenswerte Stadt“ ausgerufen, der viele kreative Ansätze hervorbrachte, wie sich Grünflächenplanung und -gestaltung positiv auf die Stadtqualität auswirken.

## KUNSTHALLE, KATHARINEN-KIRCHE, JERUSALEM-KRANKENHAUS

2011 rief Alexander Otto gemeinsam mit seiner Frau Dorit die „Dorit & Alexander Otto Stiftung“ ins Leben, die unter anderem Medizin und Wissenschaft sowie Kunst und Kultur fördert. Die Stiftung ermöglicht beispielsweise mit einer Sachspende in Höhe von 15 Millionen Euro die komplette Modernisierung der rund 150 Jahre alten Hamburger Kunsthalle. Die ECE ist dabei als erfahrener Immobilienentwickler Projektsteuerer der Planungs- und Baumaßnahmen. Daneben zählen zu den größten Förderprojekten der Stiftung die Ambulanz für Traditionelle Chinesische Medizin am Mammazentrum des Jerusalem-Krankenhauses und die Restaurierung der Hamburger Hauptkirche St. Katharinen.

## SPORTFÖRDERUNG AUS LEIDENSCHAFT

Als sportbegeisterter Mensch gründete Alexander Otto zudem 2006 die „Alexander Otto Sportstiftung“, deren Schwerpunkt auf der Förderung des Jugend- und Behindertensports liegt. Durch aktiven Sport sollen Kinder und Jugendliche in ihrer sozialen Entwicklung gestärkt und durch optimale Trainingsbedingungen in ihrem Talent gefördert werden. Dafür engagieren sich in der Stiftung neben Otto und

unter dem Vorstandsvorsitz von Rando Aust viele Experten aus dem Hamburger Sport. Das Stiftungskapital bildet die von der ECE geplante und entwickelte Volksbank-Arena in Hamburg, die unter einem Dach eine Eis- und eine Ballsporthalle vereint. Sie bietet nicht nur Trainingsmöglichkeiten für Nachwuchs, Schulen und die Profis der Hamburg Freezers und des HSV Handball, sondern generiert mit den Einnahmen gleichzeitig die Fördermittel, mit der die Stiftung wiederum Sportprojekte unterstützt.

Für Alexander Otto macht die Stiftungsarbeit „Sinn und Freude“, zumal wenn man sehe, dass man oft auch mit kleinen Beiträgen viel bewegen könne. „Gerade Menschen zu fördern, die selbst ein hohes Eigenengagement zeigen, denen es aber an den finanziellen Möglichkeiten fehlt, ist mir ganz wichtig.“ Aber auch über die Stiftungen hinaus engagiert sich die ECE auf vielfältige Weise: So plant sie den von Alexander Otto finanziell ermöglichten HSV Campus als Nachwuchsleistungszentrum und Internat für den HSV im Volkspark, finanziert einen Lehrstuhl an der IREBS International Real Estate Business School an der Universität Regensburg und einen Studiengang an der HafenCity-Universität Hamburg, unterstützt die Arbeit des Urban Land Institute und vieles mehr.



„Wie soll man die 50 Jahre währende Geschichte eines Unternehmens in nicht viel mehr als 300 Zeichen Text packen? Bei der ECE ist dies sehr einfach. Man schreibt: Wer in der Immobilienbranche an Shopping-Center denkt, denkt immer an die ECE. Und das gilt nach fünf Jahrzehnten nicht nur in Hamburg, sondern das gilt genauso in Berlin, Augsburg, Stuttgart, Karlsruhe, Frankfurt oder Schwerin. Herzlichen Glückwunsch!“



FOTO: IMMOBILIEN ZEITUNG

THOMAS PORTEN  
Chefredakteur der Immobilien Zeitung



# ENTWICKLER – MANAGER – WEITERENTWICKLER



Das Leistungsspektrum der ECE erstreckt sich über den gesamten Lebenszyklus einer Immobilie – das unterscheidet das Unternehmen von vielen anderen, die sich rein auf die Entwicklung, die Vermietung oder den Betrieb von Immobilien spezialisiert haben. Mit ihren beiden eigenen Fonds hat sich die ECE in den vergangenen Jahren – zusätzlich zu ihren langjährigen Investorenpartnern – neue und flexible Investitionsvehikel geschaffen.



Die Philosophie „Alles aus einer Hand“ bietet viele Vorteile für den Kunden. Die langfristige Perspektive führt dazu, dass bereits bei der Entwicklung einer Immobilie die spätere Nutzung sowie mögliche Umstrukturierungen und Anpassungen an neue Erfordernisse antizipiert werden. Gerade die Shopping-Center der ECE werden nach der Eröffnung nicht aus der Hand gegeben, sondern über Jahrzehnte im Management behalten – oft bleibt auch die Familie Otto als Investor mit einem Anteil im Boot. So schaut die ECE von Anfang an mit der Brille eines Investors auf ihre Immobilien.

„Viele Investoren haben heute gestiegene Anforderungen, z. B. an das Reporting, das Risikomanagement oder die Nachhaltigkeit der Projekte. Als erfahrener Projektentwickler, Vermieter und Manager hat die ECE das notwendige Know-how, um all den unterschiedlichen Bedürfnissen gerecht zu werden.“



**CLAUDIA PLATH**  
Chief Financial Officer



Ein Projekt beginnt immer mit einer Idee. Wenn die Marktdaten für eine Entwicklung in einer bestimmten Stadt sprechen, sich passende Grundstücke finden und die Eigentümer und Stadtvertreter gesprächsbereit sind, dann beginnt ein interdisziplinäres Team der ECE mit der Arbeit. Parallel zu Grundstücksverhandlungen wird die Baurechtschaffung diskutiert, die Vermieter starten eine Marktabfrage bei potenziellen Mieterpartnern für das Objekt. Stehen alle Signale auf Grün, beginnt die Feinplanung des großen Bau- und Architekturbereichs der ECE. Alle Spezialisten sind innerhalb des Unternehmens vertreten, sodass ständig auf das Know-how aus 50 Jahren zurückgegriffen werden kann. Ist die Planung fertig, wird in der Regel ein Generalunternehmer ausgewählt oder das Projekt in Einzelvergabe realisiert. Bis zum Baubeginn steht die ECE beziehungsweise die Familie Otto voll im wirtschaftlichen Risiko. Erst nach Baubeginn und bei Vorliegen einer bestimmten Vorvermietungsquote kommen bei einigen Projekten Investorenpartner mit ins Boot.

## UMFASSENDES DIENSTLEISTUNGS-PORTFOLIO

Nach der Fertigstellung wird die ECE vom Entwickler zum Dienstleister. Für die Eigentümer der Shopping-Center übernimmt sie gegen Honorare die Geschäftsbesorgung, also die Vermietung und das Management. Das Asset Management für Investoren ist als komplexe Dienstleistung in den vergangenen Jahren immer wichtiger geworden.

Auf Wunsch bietet die ECE noch zahlreiche weitere Leistungen für ihre Auftraggeber. Mit ihrer beispiellosen Shopping-Center-Expertise berät sie bei An- und Verkaufsprozessen; für Nutzer von Bürogebäuden, Hotels oder Logistikzentren übernimmt sie auch die Finanzierung, das Entwicklungsrisiko oder die Vermarktung und den Verkauf der Immobilie.

Bei in die Jahre gekommenen Immobilien kommt dann wieder die Entwicklungskompetenz der ECE zum Zuge: Das Refurbishment und die komplette Neuerfindung eines Standorts wird zu einem immer wichtigeren Standbein in der Wertschöpfungs-

Bei der ECE arbeiten Spezialisten unterschiedlichster Fachrichtungen im Team zusammen, um für den Auftraggeber bestmögliche Ergebnisse zu erzielen.

kette der ECE. Eigene Center werden routinemäßig etwa alle zehn Jahre grundlegend modernisiert und mit einem zeitgemäßen Branchen- und Mietermix versehen. Eine besondere Herausforderung sind Objekte von Dritten, die bereits einen größeren Investitionsstau sowie viele Leerstände aufweisen. Ein Refurbishment setzt hier meist ein erhebliches Wertsteigerungspotenzial frei – die ECE wird so vom Entwickler zum Weiterentwickler von Immobilien.

## VIelfÄLTIGE INVESTITIONS-MÖGLICHKEITEN

Die Familie Otto verfügt als Eigentümerin der Otto Group und der ECE sowie mit Beteiligungen an der nordamerikanischen Paramount Group, Inc., sowie der kanadischen Park Property über eine starke eigene Finanzkraft. Die Unternehmerfamilie tritt bei zahlreichen Projekten selbst als Investor auf und behält sie über Jahrzehnte im Portfolio. Auch das Bau- und Planungsvolumen der ECE kann so teilweise aus Eigenmitteln finanziert werden.

Darüber hinaus bieten ECE-Projekte aber auch Chancen für Investmentpartner, die am Erfolg der Immobilien teilhaben können. Langjährige Partner sind etwa Anbieter offener Immobilienfonds wie Union Investment oder die Deutsche Asset & Wealth Management, Versicherungen wie die Allianz, Pensionsfonds sowie die börsennotierte Deutsche EuroShop AG. Über den Aktienkauf, die offenen Fonds oder auch über die Beteiligung an Spezialfonds für einzelne Center wie beispielsweise die von Hamburg Trust können sich auch Kleinanleger an Centern beteiligen.



## DIE ECE EUROPEAN PRIME SHOPPING CENTRE FUNDS

2011 legte die ECE ihren ersten eigenen Immobilienfonds auf, den ECE European Prime Shopping Centre Fund. Über die Fondsgesellschaft ECE Real Estate Partners wurden 775,5 Millionen Euro an Eigenkapital von internationalen institutionellen Investoren eingeworben. An dem Fonds sind weltweit führende institutionelle Investoren beteiligt, darunter internationale Staatsfonds, Pensionskassen und Versicherungen. Damit konnte ein Portfolio von zwölf Shopping-Centern im Wert von mehr als zwei Milliarden Euro aufgebaut werden. Der Fonds hat sich auf den europaweiten Erwerb von bestehenden Einkaufszentren mit Wertsteigerungspotenzial konzentriert, welches durch Erweiterung, Neupositionierung oder die Optimierung des Mieter- und Branchenmixes realisiert wird. Das Management und die Vermietung der Center wurden jeweils von der ECE übernommen. Mittlerweile wurde ein zweiter Fonds mit ähnlicher Zielsetzung aufgelegt, der bis zum zweiten Closing bereits 750 Millionen Euro einwerben konnte.





# 50 JAHRE ECE AUF EINEN BLICK

## Meilensteine der Unternehmensgeschichte



**Gründung der ECE**  
durch Versandhauspionier  
Prof. Dr. h. c. Werner Otto

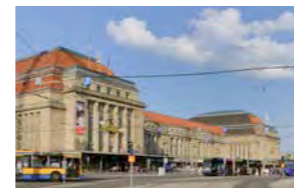


Eröffnung des **Alstertal-Einkaufszentrums** am Firmensitz in Hamburg

**Diversifikation** des Tätigkeitsfelds, zunächst durch Büroimmobilien: Fertigstellung des Cityhauses in Frankfurt



Erstes **Bahnhofsprojekt**: Umgestaltung des Leipziger Hauptbahnhofs in eine Verkehrsstation mit integriertem Handels- und Dienstleistungszentrum



Verwandlung von ehemaligen **Warenhäusern** in Braunschweig und Bochum in moderne Einkaufsgalerien



**Internationalisierung**: Eröffnung der ersten Eigenentwicklung außerhalb Deutschlands – die Galeria Dominikariska in Breslau

Schaffung eines eigenen Geschäftsbereichs für Immobilien in den Sparten **Office, Traffic und Industries**

Fertigstellung des **ThyssenKrupp-Quartiers** in Essen



1965

1969

1970

1974

1979

1984

1988/89

1994

1997

2000

2001

2002

2007

2008

2010

2011

2012

2015

2014

2013

Neuer Vorsitzender der ECE-Geschäftsführung:  
**Dr. Heinrich Kraft**



Eröffnung des **ersten ECE-Shopping-Centers** – das Franken-Center in Nürnberg

Eröffnung des Löhr-Centers in Koblenz – das erste **innerstädtische Einkaufszentrum**



**Expansion in die neuen deutschen Bundesländer**: Eröffnung des Oder-Centers in Schwedt



Neuer Vorsitzender der ECE-Geschäftsführung:  
**Alexander Otto**



Eröffnung der **Altmarkt-Galerie** im Herzen der Dresdner Altstadt

Die ECE feiert die Eröffnung ihres **100. Centers** – die Arkády Pankrac in Prag



ECE und METRO PROPERTIES gründen gemeinsam das **Joint Venture MEC METRO-ECE Centermanagement**

Eröffnung des **MIPIM-Award-prämierten Marmara Parks** in Istanbul



Fünf Neuentwicklungen eröffnet die ECE im **Jubiläumjahr 2015**, darunter das Aquis Plaza in Aachen



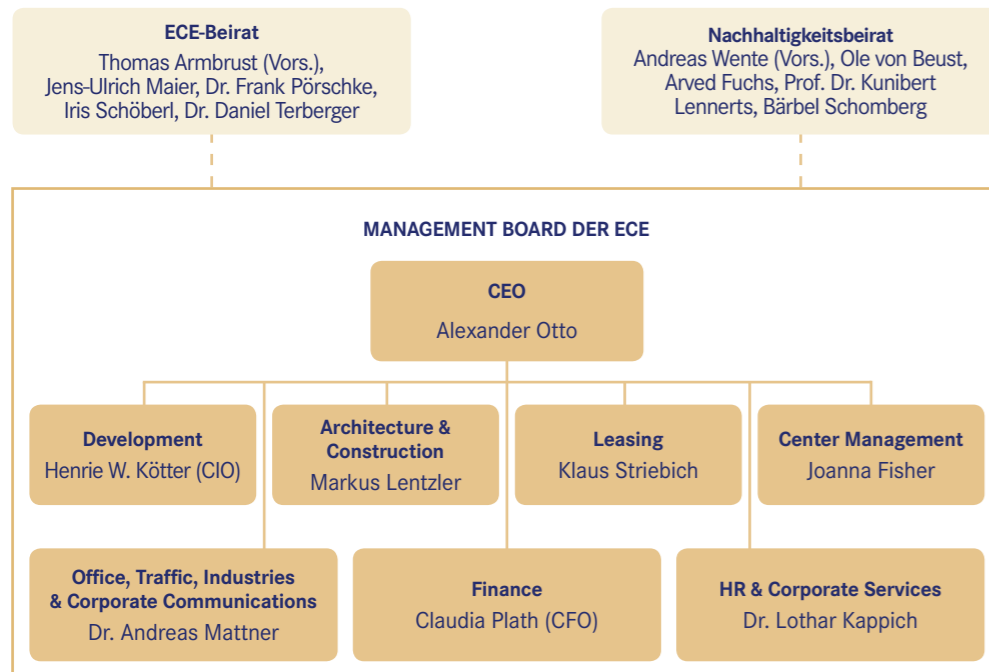
Eröffnung des **Milaneo** in Stuttgart – eine der größten Quartiersentwicklungen Deutschlands



Die ECE stellt sich mit den „**Future Labs**“ den Herausforderungen des zunehmenden Onlinehandels



KOMPETENT AUFGESTELLT



AKTIV IN 16 LÄNDERN



IMPRESSUM

ECE Projektmanagement  
G.m.b.H. & Co. KG  
Heegbarg 30  
22391 Hamburg  
Telefon: 040 60606-0  
Telefax: 040 60606-6230  
E-Mail: info@ece.de

www.ece.de

Verantwortlich bei ECE:  
Christian Stamerjohanns (V. i. S. d. P.)  
Juliane Paasch

Alle Bildrechte, wenn nicht  
gesondert angeführt:  
ECE Projektmanagement  
G.m.b.H. & Co. KG



ACROSS Medien- und Verlags GmbH  
Rotenturmstrasse 17  
1010 Wien, Österreich

Telefon: +43 1 533 32 60-80  
E-Mail: info@across-magazine.com

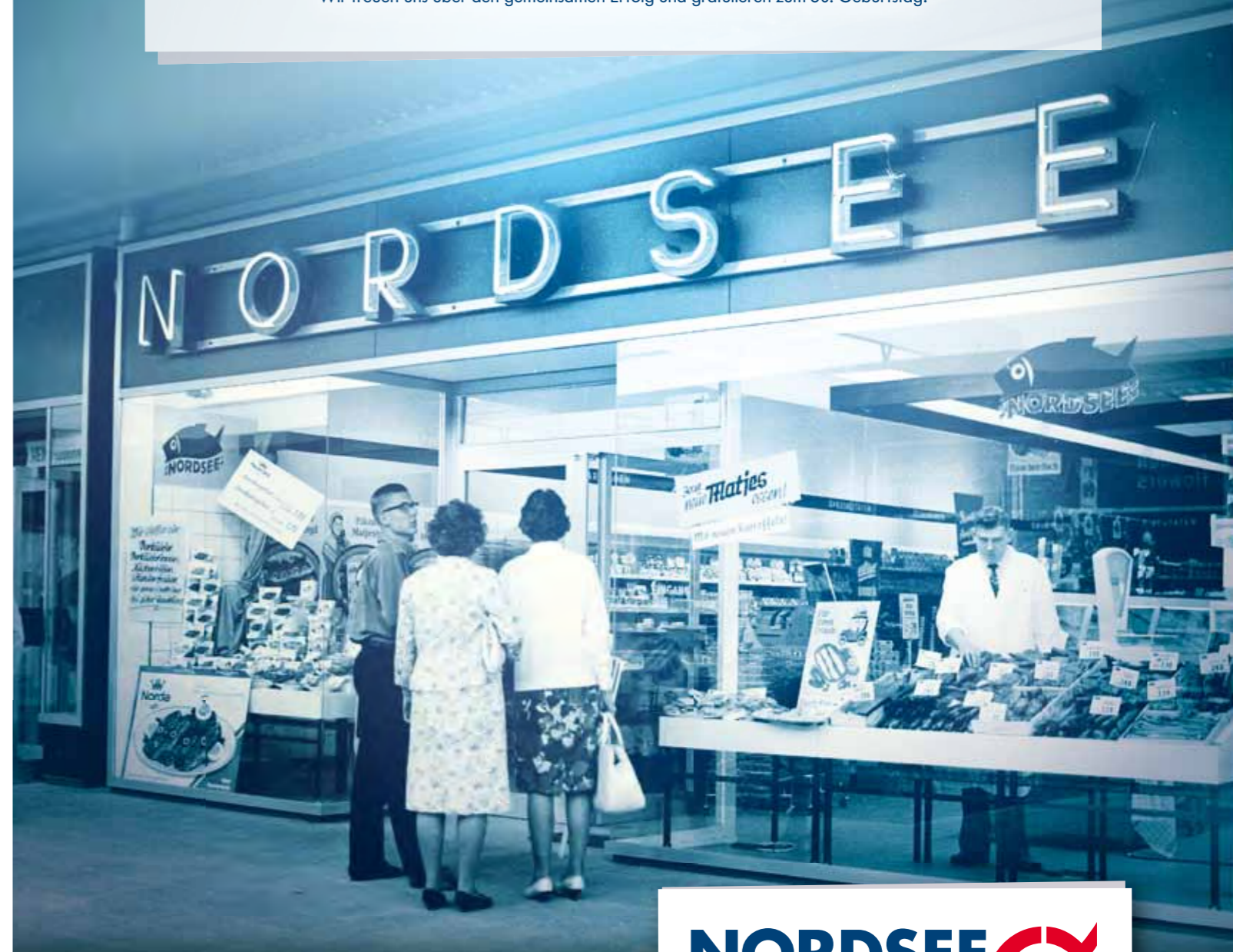
www.across-magazine.com

20354 Hamburg,  
Gorch-Fock-Wall 3  
Telefon: +49 40 339 62-690

- SEIT 1969 -

HAPPY BIRTHDAY

Ein innovatives Geschäftskonzept, eine starke Partnerschaft und die richtige Portion Weitsicht. Dieses Erfolgsrezept verbindet uns schon seit 1969 mit der ECE: Mit der Eröffnung der Filiale in Sulzbach wurden wir erster Systemgastronomie-Partner der ECE in Deutschland. Wir freuen uns über den gemeinsamen Erfolg und gratulieren zum 50. Geburtstag!





# 50 JAHRE VOLLER SHOPPINGERLEBNISSE!

Wir danken ECE für eine jahrzehntelange, erfolgreiche Partnerschaft.

