



# Die neuen Orderplätze

Die Nachfrage nach Software und flexibel vermietbaren Flächen in Orderzentren und Showroom-Häusern wächst

**K**eine einfachen Zeiten für Modezentren und Showroom-Häuser. Und doch tut sich was in der deutschen Schauraum-Landschaft. Die Parole: Neue Räume und Ideen für besseres Ordern. Dass dabei auch die Neuordnung der deutschen Messelandschaft ihre Wirkung zeigt, wird am Beispiel Berlin nur allzu deutlich. Dort nämlich wächst die Nachfrage nach Showroom-Flächen. Hoch im Kurs stehen historische Industriegebäude. So baut Labels Berlin ein zweites Haus am Osthafen um. Ab Ende Juli sollen dort Marken wie Puma Lifestyle, Camel Active und Mavi Jeans einziehen. „Es sind bereits 80 Prozent der Fläche vergeben“, sagt Geschäftsführer Stefan Sihler.

Für Lagerhallen begeistern sich die Modefirmen auch in Hamburg. Neben dem Modespeicher „R3“ in der Speicherstadt plant die Betreiberin Hamburger Hafen und Logistik AG (HHLA) weitere Showroom-Flächen im Speicherblock Q. Die Bauarbeiten sollen nach der Sommerpause beginnen und im Herbst 2010 abgeschlossen sein. In der Hamburger Speicherstadt werden etwa 20 000 m<sup>2</sup> von der Modeindustrie genutzt.

**In Düsseldorf** umfasst das Showroom-Angebot rund 50 Häuser mit mehr als 400 Showrooms. Hier zeigen 250 Anbieter und Designer sowie 150 Agenturen über 1500 Kollektionen. Hinzu kommen die Halle 29 sowie das Düsseldorf Fashion House I und II. Nun startet die Fashion Square GmbH, der Service-Anbieter für die „Showrooms Düsseldorf“, eine neue Initiative, die Einkäufer aus Russland und den Nachbarstaaten in die Showrooms bringen soll. „Gemeinsam mit dem Journal ‚Fashion report‘ organisieren wir vom 21. bis 25. Juli einen Besuch zu den Ordertagen der Showrooms Düsseldorf“, so Fashion Square-Geschäftsführer Hans-J. Wiethoff. Dafür soll in Moskau zusammen mit einem russischen Partner ein „Buying Office“ eröffnet werden. In Düsseldorf werden die Einkäufer dann zu Showroom-Terminen begleitet.

Auch das Düsseldorf Fashion House, wo nach eigenen Angaben rund 650 Kollektionen präsentiert werden, bereitet sich auf die neue Orderrunde vor. Ziel ist es, die 200

Showrooms „qualitätsbewusst und hochwertig zu besetzen“, so Geschäftsleiterin Gisela Küpper. Neue Mieter sind Redgreen, Sonja Marohn, Doris Streich, Nestel Fashion, Murek & Murek und Manfred Hegler.

Vollbelegung meldet Fürst Developments für die Fashion Mall München. Anfang des Jahres wurden die letzten Räume des zweiten Gebäudes bezogen. Damit sind insgesamt 14 500 m<sup>2</sup> langfristig an Anbieter aus dem hochwertigen Genre vergeben. Aber auch in diesem Segment wachse der Bedarf an temporär vermietbaren Flächen, so ein Sprecher. Das gelte nicht nur für die Hauptorderzeiten, sondern das ganze Jahr über. Für Kurzmieter werden deshalb im Turmgeschoss von „Haus Titan“ zwei je 270 m<sup>2</sup> große Showrooms freigehalten. „Wir wollen künftig in allen Fashion Malls auf eher kleinen, aber perfekt gestylten Flächen neue Agenturen und Kollektionen präsentieren, die sich kurzfristig einmieten“, sagt Mathias Varga, der das Projekt umsetzt. „Fashion Mall Temporary“ soll auch im Fashion Mall Pavillon in Salzburg realisiert werden. Ab Mitte Juni will Varga die Details präsentieren.

Über das viel diskutierte Fashion Mall-Projekt Killesberg sagt Unternehmens-Chef Franz Fürst: „Die Fashion Mall Stuttgart wird Realität.“ Der Bebauungsplan sei rechtskräftig, die Baugenehmigung für das Gebäude „Scenario“ stehe unmittelbar bevor, dann könne man wie geplant noch 2009 mit dem Bau beginnen. „Damit sind alle Fashion-Mall-Projekte wie geplant auf Schiene, in Zeiten wie diesen ist das keine Selbstverständlichkeit.“

**Stichwort schnelle Mode.** Angesichts der aktuell nicht gerade rosigen Situation im Modehandel bekommt Software als Impulsgeber wieder neue Bedeutung. „Unser Prompt-Bereich wächst stetig. Wir haben in diesem Jahr schon fünf neue Mietverträge abgeschlossen“, sagt Thomas J. Frank vom MMC Schkeuditz. Langfristig rechnet er mit bis zu 50 Neuzugängen aus den Bereichen Accessoires und Bekleidung. Schnelle Mode für die Belegung der Sortimente. Das war auch Beweggrund für die neue Orderplatt-

form „Fashion ready to sell“, mit der das Düsseldorf Fashion House seine „Fashionview“-Aktionstage erweitert hat. Und im Münchner MTC World of Fashion wird mit dem Ausbau des zweiten Obergeschosses in Haus IV begonnen, wo künftig hochwertige Sofortanbieter „Pronto Moda“ präsentieren. Das MTC beherbergt aktuell rund 100 Pronto-Moda-Anbieter. „Wir wollen diesen Bereich stärken“, so Center-Manager Arno Stein.

**Auch die Schuh-Ordercenter** verzeichnen eine größere Nachfrage nach Flächen. Die Häuser der Konfektion in Sindelfingen haben die Erweiterung des SOC Schuh-Ordercenters von 4000 auf 5500 m<sup>2</sup> abgeschlossen. Dort präsentieren sich nun 87 Mieter mit 132 Kollektionen. In Hannover ist die erste Umbauphase des seit März dieses Jahres in Brandboxx Hannover umfirmierten Hannover Trademart abgeschlossen. Das Schuh-Ordercenter zieht in die dritte Etage von Haus B, die am 9. August wiedereröffnet wird. Schuhfirmen wie Ara, Gabor, Ecco, Rohde haben ihre Flächen vergrößert. Neu hinzugekommen ist Think!.

Neben Schuhen spielt auch Kids Fashion wieder eine größere Rolle in den traditionellen Modezentren. So hat das MTC München den Messebereich für die kommende Kindermode-Veranstaltung (17.-19.7.) um eine Messehalle erweitert. Auch im Haus Paris in Neuss ist Kindermode ein Wachstumsfeld. „Step-by-Step“ heißt dort ein neues Event (24.-26.7.), das so gut wie ausgebucht sei, sagt Center-Managerin Hetty Straus. Außerdem sei es gelungen, die Leerstandsquote im Haus Paris in den letzten Monaten um die Hälfte zu senken.

Mit neuem Konzept will sich das Imotex in Neuss neu positionieren. Die Konzeptvorstellung ist für August geplant. Die Akquise laufe, das Angebot soll um modenahe Produkte und Dienstleistungen ergänzt werden. Mehr will Eigentümer Unimo noch nicht vertragen. Aktuell wird das Gebäude komplett saniert. Danach soll es rund 45 000 m<sup>2</sup> vermietbare Fläche mit maximal 250 Mieteinheiten haben.

ELKE DIETERICH