

Autor: Ulrich Gaßdorf [tmt6xupwr3xjsy1kasmylw]
Seite: 13
Ressort: Hamburg
Gattung: Tageszeitung

Jahrgang: 2018
Nummer: 0
Auflage: 11.943 (gedruckt) 9.896 (verkauft) 10.111 (verbreitet)
Reichweite: 0,027 (in Mio.)

Einkaufszentren werden Gastromeilen

Bis zu 50 Prozent der Fläche werden mittlerweile für Imbisse und Restaurants genutzt

Hamburg Die Hamburger Einkaufszentren entwickeln sich immer mehr zu Gastromeilen – auch um Kunden angesichts der wachsenden Bedeutung des Onlinehandels in die Geschäfte zu locken. „Grundsätzlich nimmt der Anteil an Gastronomie in den Centern, auch in Hamburg, zu – je nach Standort unterschiedlich schnell oder stark. Der Trend geht dabei generell inzwischen in Richtung zehn Prozent Gastronomieanteil“, sagt Lukas Nemela, Sprecher des Marktführers ECE, der sechs Shoppingcenter in Hamburg betreibt. Bedeutende prozentuale Zuwächse erfolgten dabei vor allem im Rahmen größerer Umstrukturierungen, so Nemela weiter.

Das beste Beispiel dafür ist die Europa Passage in der Innenstadt, für die auch ECE verantwortlich ist. Dort wurde die oberste Ebene umgebaut und der Food Sky vor einem Jahr eröffnet. „Wir haben in der Europa Passage inzwischen einen Gastronomieanteil von rund 20 Prozent. Das heißt, etwa 6000 Quadratmeter werden von Restaurants und dem Food Sky genutzt. Insgesamt haben wir 40 Gastronomiemmieter, vorher waren es etwa 20“, sagt Centermanager Jörg Harengerd. Für Harengerd ist wichtig, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt. „Das heißt, wir versuchen unsere Mieter zu überzeugen, einen Lunch inklusive Getränk für unter 10 Euro anzubieten. Das gelingt gut.“

Die Nachfrage ist groß: „Wir haben rund 58.000 Gäste täglich in der Europa Passage, und ein Viertel davon besucht den Food Sky. Bei den Kunden hat Essen einen hohen Stellenwert, deshalb legen wir auch Wert darauf, dass wir besondere

Konzepte anbieten können. So haben wir neben Vincent Vegan, der aus dem Food Truck Geschäft kommt, einen Anbieter mit fünf verschiedenen Paellas oder natürlich dem aktuellen Trend folgend eine Poké Bowl Bar“, so Branchenexperte Harengerd.

Den Kunden gefällt es: „Ich kann hier einkaufen und Essen sehr gut verbinden, komme fast jeden Tag vorbei“, sagt eine Studentin, die eine Pizza Funghi für 6,90 Euro isst. Ein Außenhandelskaufmann hat sich gerade eine Falafel für 3,90 Euro gekauft und sagt: „Zweimal in der Woche bin ich hier zum Essen. Für mich ist der Food Sky ideal, denn ich arbeite in der Nähe.“

Von der Gastronomie sollen auch die Geschäfte profitieren

Die Gastronomie soll auch den anderen Läden mehr Umsatz beschern: „Natürlich profitieren davon auch die anderen Geschäfte, weil viele Kunden auf dem Weg zum Essen auch noch etwas einkaufen“, sagte Harengerd.

Eine von der ECE in Auftrag gegebene Studie – die allerdings bereits von Anfang 2016 stammt – hatte ergeben, dass rund 60 Prozent der Besucher das Gastronomieangebot bei jedem Besuch nutzen. Rund 40 Prozent der Kunden wählen das Center sogar nach dem Essensangebot aus.

Auch in der Einkaufspassage Perle Hamburg an der Spitalerstraße, die die Martens Maßmann Centermanagement GmbH betreibt, wird auf Essen und Trinken gesetzt. Dort werden rund 9000 Besucher pro Tag gezählt. „Im Zuge der Revitalisierung der HSH Nordbank Passage

und Umbenennung in „Perle Hamburg“ wurde bewusst auf einen hohen Anteil an Gastronomie gesetzt. In der Perle werden 17 der 34 Flächen, also immerhin 50 Prozent, von gastronomischen Konzepten genutzt“, sagt Centermanager Ersan Yükyapan.

Wichtig sei, dass die Gäste eine hohe Qualität zu fairen Preisen erhalten. Der Centermanager weiß: „Es ist ein Trend, dass die Menschen auch abends immer mehr außer Haus essen. Davon profitieren natürlich unsere Mieter“, sagte Yükyapan. Das Angebot in der Perle reicht von Sushi über Pasta bis hin zu mexikanischen Spezialitäten und Fisch.

Auch im Überseequartier entstehen 30 Gastroflächen

Auf Gastronomie setzt auch der französische Projektentwickler Unibail-Rodamco-Westfield bei seinem Bauvorhaben im Überseequartier. Dort im Herzen der HafenCity soll bis Ende 2022 ein Einkaufsquartier mit etwa 200 Geschäften entstehen, dazu Hotels, Wohnen und Büros. Außerdem ist ein Kreuzfahrterminal geplant.

Für gastronomische Konzepte werden in dem Shoppingcenter rund 30 Flächen reserviert. Die Restaurant und Bars sollen auch abends geöffnet haben. Dabei sollen Konzepte von regionalen Gastronomen und nicht nur die bekannten Ketten zum Zuge kommen. Von „Erlebnisgastronomie“ ist die Rede. Die Franzosen setzen auch auf Entertainment, dort soll unter anderen ein Kino mit zehn Sälen eröffnen.



Die Perle Hamburg setzt voll auf Genuss: Centermanager Ersan Yükyapan in der Gastromeile der Passage. Andreas Laible; Marcelo Hernandez,