



Shoppern gegen den Trend

Für Malaysier ist der Besuch im Shopping-Center ein Stück Lebensqualität, auf das sie auch in wirtschaftlich trüben Zeiten nicht verzichten werden. Damit bleibt die Sparte Einkaufszentren für Investoren interessant.

VON ALEXANDER KNUPPERTZ :: Nach Jahren des vermeintlich unaufhaltsamen Aufstiegs an den asiatischen Immobilienmärkten zeigt die Kurve nun nach unten. Die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise hat den Sektor fest im Griff. Laut dem Forschungsunternehmen Real Capital Analytics ist das Immobilien-Transaktionsvolumen in Südostasien 2008 gegenüber dem Vorjahr um 38% eingebrochen. In Kuala Lumpur hingegen stieg das Transaktionsvolumen um 35% im gleichen Zeitraum. Die malaysische Hauptstadt rückt trotz Finanzkrise immer mehr in den Fokus ausländischer Investoren. Gerade jüngst hat die Frankfurter Kapitalanlagegesellschaft SEB für ihren offenen Immobilienfonds SEB Immoportfolio Target Return Fund das Einkaufszentrum-Projekt CITTA in Kuala Lumpur erworben.

Das Potenzial des malaysischen Shopping-Center-Marktes haben ausländische Investoren bereits vor mehr als einem Jahrzehnt erkannt. 1998 stieg der niederländische Shopping-

Center-Spezialist Rodamco mit 30% am Einkaufszentrum Suria KLCC in Kuala Lumpur ein. Das Suria KLCC befindet sich in den Petronas Twin Towers, den zu jenem Zeitpunkt höchsten Zwillingstürmen der Welt. Weitere 10% hält die australische Westfield Gruppe, die weltweit in über 120 Shopping-Center-Projekte investiert hat. 2004 kaufte der Immobilienarm der ING Gruppe für rund 180 Mio. Euro die Beteiligung von Rodamco. 2006 wurde erstmals ein komplettes Shopping-Center an einen ausländischen Investor verkauft. Pacific Star aus Singapur erwarb für den Fonds Asia Real Estate Income Fund das Einkaufszentrum Pavilion KL in bester Lage im Herzen von Kuala Lumpur. An dem Fonds sind Investoren aus Asien, dem Nahen Osten und Europa beteiligt.

Keine Gefahr des Überangebots

Trotz Finanzkrise bleibt der Shopping-Center-Markt in Kuala Lumpur und Umgebung für Investoren interessant. Die

Gefahr eines Überangebotes an marktfähigen Einzelhandelsflächen ist gebannt. Statt der bisher erwarteten 315.000 qm werden bis 2010 nur rund 158.000 qm auf den Markt drängen. Einige geplante Projekte werden vorerst nicht realisiert. Derzeit umfasst die Einzelhandelsfläche im Klang Valley, dem Großraum Kuala Lumpurs, rund 4 Mio. qm. Laut einer aktuellen Studie von Regroup Associates ist die Vermietungsquote in den 13 größten Shopping-Centern in Kuala Lumpur weiterhin stabil.

Neustart ab 2012

Neue Einkaufszentren allerdings, deren Fertigstellung in den beiden nächsten Jahren ansteht, werden bei der Suche nach Mietern aufgrund der Konjunkturertrübung Probleme haben. Die Einzelhändler haben im vergangenen Jahr einen Umsatzrückgang von rund 5% bis 10% verbucht und auch 2009 werden die Umsätze voraussichtlich um bis zu 10%

Ausländische Investoren sind auch am Shopping-Center Suria KLCC beteiligt.

nachgeben. Expansionspläne werden vorerst zurückgestellt. Investoren sollten daher Shopping-Center-Projekte ins Visier nehmen, die ab 2012 fertiggestellt werden. Bis dahin sollte der Wirtschaftszyklus wieder nach oben zeigen und die Einzelhändler dürften zurückgestellte Expansionspläne aus der Schublade holen. Die bestehenden Shopping-Center werden die konjunkturelle Schwächephase sicherlich ohne weitere Probleme überstehen. Für die Menschen in Malaysia gehört der Besuch eines Shopping-Centers zum täglichen Leben, daran kann auch eine Wirtschaftskrise nichts ändern.

Das Interesse am malaysischen Shopping-Center-Segment ist nicht nur auf positive Bedingungen am Einzelhandelsmarkt zurückzuführen, sondern auch auf die generell guten Rahmenbedingungen für Investoren, die sich im Vergleich mit anderen südostasiatischen Ländern durchaus sehen lassen können. Das Land ist seit Jahrzehnten politisch stabil. Das Bruttoinlandsprodukt konnte seit 2002 jährlich um deutlich über 5% gesteigert werden und die Inflation lag von 2000 bis 2007 immer moderat zwischen 2% und 4%. Erst 2008 stieg sie im Zuge des weltweiten Preisanstiegs auf rund 6% an. In den vergangenen Jahrzehnten ist nicht nur die Bevölkerung stark gewachsen, sondern auch das Pro-Kopf-Einkommen. Ein Ende dieses Trends ist bislang nicht absehbar.

Tropische Temperaturen sorgen für Wachstum

In den vergangenen Dekaden sind in Malaysia Shopping-Center wie Pilze aus dem Boden geschossen. Diese Entwicklung hat durch die Asienkrise Ende der 1990er Jahre nur einen kleinen Dämpfer erfahren. Auch klimatisch stimmen in Malaysia die Bedingungen für ein starkes Shopping-Center-Wachstum: Das tropische Klima mit einer kontinuierlichen Temperatur von rund 33 Grad Celsius und der hohen Luftfeuchtigkeit erfordert klimatisierte Räume für eine angenehme Shopping-Atmosphäre. Einkaufen in Fußgängerzonen, wie wir es in Europa gewohnt sind, ist bei solchen klimatischen Bedingungen eher eine Qual. In Nordamerika, wo

EINZELHANDEL IN MALAYSIA



Die Dissertation „Shopping Centres in Kuala Lumpur: Internationalised Structural Change of the Malaysian Retail Market“ widmet sich der Angebots- und Nachfragestruktur des malaysischen Einzelhandels, der maßgeblich vom Shopping-Center-Segment dominiert wird. Der Autor

Alexander Knuppertz promovierte an der Humboldt-Universität zu Berlin am geographischen Institut. Hierfür forschte er insgesamt zwei Jahre in Malaysia. ISBN-13: 978 3 8666 4 5257

weltweit die ersten Shopping-Center entstanden sind, hat der Klimateffekt ebenfalls maßgeblich zum Siegeszug dieser Betriebsform im Einzelhandel beigetragen. In Malaysia gab es 2005 nach Angaben der Organisation „Malaysian Association for Shopping and Highrise Complex Management“ ungefähr 200 Shopping-Center. Allein in Kuala Lumpur ist die Zahl der Einkaufszentren seit 1973 auf über 60 angestiegen. Der Verband geht davon aus, dass die Zahl der Shopping-Center in Malaysia bis 2010 um weitere 30% wachsen wird.

Feng Shui und Lage prüfen!

Investoren, die am malaysischen Shopping-Center-Markt aktiv werden möchten, müssen den Standort für das Projekt intensiv prüfen. Dazu zählt auch für den ausländischen Investor eine Beratung zum Feng Shui des ausgewählten Grundstücks, denn in Malaysia wird die Geschäftswelt noch zum größten Teil von den malaysischen Chinesen dominiert. Auch jüngere chinesische Geschäftsleute sind häufig stark in chinesischen Traditionen verwurzelt. Aspekte wie Feng Shui spielen für sie auch im Geschäftsleben eine wichtige Rolle. Das Urban Entertainment Center „Berjaya Times Square“ in Kuala Lumpurs beliebter Einkaufsgegend Bukit Bintang liegt beispielsweise direkt neben einem Gefängnis – kein gutes Feng Shui und vielleicht auch ein Grund für den relativ hohen Leerstand.

Neben einem geeigneten Standort sind die bauliche Beschaffenheit und das Konzept des Shopping-Centers entscheidend. Aufgrund der hohen Autodichte sind großzügig angelegte Parkplatzflächen wichtig. Im Jahr 2002 kamen auf 1.000 Hauptstadt-Bürger 995 registrierte Autos. Shopping-Center werden in Malaysia in der Regel von jungen Leuten und Familien besucht. Daher sind Unterhaltungsangebote wie Kinos und Bowlingbahnen wichtige Publikumsmagnete.

Die Rahmenbedingungen für Investitionen in malaysische Shopping-Center sind besser als in vielen anderen südostasiatischen Ländern. Ausländische Investoren wie SEB, Pacific Star, Rodamco und Westfield haben das bereits erkannt, andere werden sicherlich bald folgen. Dabei sollten sie in der aktuell wirtschaftlich schweren Zeit Projekte planen, die pünktlich zum Wirtschaftsaufschwung auf den Markt kommen. Damit ist ab 2012 zu rechnen. :::