



▲ Refurbishment geglückt: Forum Steglitz

PETRA HANNEN

Hier shoppt der Bär

Vor 40 Jahren öffnete das Berliner Einkaufszentrum Forum Steglitz seine Türen – und ist heute trotz stark gewachsener Konkurrenz immer noch eine der Top-Einkaufsadressen der Hauptstadt. Das neue Management setzt dafür nicht in erster Linie auf große Labels, sondern auf Berliner Lokalkolorit.

FORUM STEGLITZ

Daten + Fakten

Adresse: Schlossstraße 1, 12163 Berlin

Eröffnung: 1970

Umbau und Erweiterung: 2005-2007

Verkaufsfläche: 32.000 qm

Anzahl Geschäfte: 87

Kundenfrequenz: 20.000-30.000/Tag, in der Spitze bis 45.000

Kaufkraft-Index: 114 % (Berlin gesamt: 96,5 %)

Eigentümer: Europa Capital, London

Asset- & Centermanagement:

Real-ity GmbH, Berlin

www.forum-steglitz.de

▷ **Für die Berliner** ist das Forum Steglitz eine feste Größe. Bei seiner Einweihung im Jahr 1970 war Berlin seit neun Jahren durch die Mauer geteilt und sollte es noch 19 Jahre bleiben. Das Einkaufszentrum mit den vielen Geschäften unter einem Dach gehörte damals zu den ersten seiner Art. Vom traditionsreichen Fischmarkt Nickel bis zur engagierten Modeszene Berlins trafen hier die Kunden auf ein ganz besonderes Angebot. Heute liegen der Fall der Mauer und die Wiedervereinigung Berlins wiederum zwei Jahrzehnte zurück, in vielen Stadtteilen sind moderne Zentren zum Flanieren und Shoppen entstanden, doch das Forum Steglitz hat sich als Kundenmagnet im Berliner Südwesten behauptet.

„Wir kennen die Berliner und die Berliner kennen uns“, begründet das Norbert Radszat. Radszat ist Partner bei der Real-ity GmbH, die im Januar 2010 das Centermanagement des Forum Steglitz übernommen hat. Wenige Monate zuvor hatte die britische Investmentfirma Europa Capital das Center gekauft. „Das Forum Steglitz hat ein enormes Potenzial“, meint Radszat. „Vor allem wegen der etablierten Adresse Schlossstraße 1, der guten Lage an der beliebten Einkaufsstraße sowie dem bürgerlichen Umfeld des Berliner Südwestens mit seiner hohen Kaufkraft.“

Trotz der guten Rahmenbedingungen: Ein Selbstläufer war und ist auch das Forum Steglitz nicht. Das Einzelhandels-Flaggschiff des alten Westens dümpelte in den ersten



▲ 1970 war das Forum Steglitz eines der ersten Shoppingcenter

▲ Früher shoppte man bei künstlichem Licht

Jahren des neuen Jahrtausends durch eine Flaute. 2005 entschied sich der damalige Besitzer Hammerson für eine Radikalkur bei laufendem Betrieb und investierte 40 Mio. Euro in eine grundlegende Modernisierung. Der antiquierte 70er-Jahre-Charme ist

heute nicht einmal mehr zu erahnen: Statt der engen verwinkelten Gänge mit dunklem Fußbodenbelag und künstlichem Licht bestimmen heute weitläufige Malls, heller Steinfußboden und vor allem Tageslicht das Bild. Die Verkaufsfläche wurde durch einen

Anbau um 8.000 qm auf 32.000 qm erweitert, die Erreichbarkeit dank eines Parkhauses und mehrerer Direktzugänge zur Ladenstraße verbessert.

Ob die baulichen Veränderungen allein das Forum Steglitz am Leben erhalten hätten,

ANZEIGE

The **New** comfort for your shopping

Keita LT 90

Twiga LT 150

Duka LT 210

Innovation keeps moving

P Plastimark.com

ist fraglich. Das Centermanagement will dem alten und neuen Anspruch des Hauses: „Wir sind Berlin“ zusätzliche neue Überzeugungskraft verleihen. Der Slogan beschreibt auch die Richtschnur für die Struktur des Mietermixes: Real-ity will künftig vor allem auf inhabergeführte Fachgeschäfte setzen, auf Unverwechselbarkeit und Berlin-Kolorit. Heimat und Nachbarschaft, Natürlichkeit und Authentizität sind zentrale Begriffe dieser Strategie.

Diese Profilierung dient vor allem der Abgrenzung zur starken Konkurrenz in der Nachbarschaft: Das lebhafteste Quartier Schlossstraße – inklusive der Seitenstraßen gibt es hier mehr als 800 Geschäfte – gilt als die Berliner Shoppingmeile mit der höchsten Dichte von Einkaufszentren. Neben dem Forum Steglitz stehen dort „Das Schloss“ (36.000 qm) und das „Schloss-Straßen-Center“ (19.500 qm). 2011 soll das Center „Boulevard Berlin“ (70.000 qm) eröffnet werden, wozu auch das bereits modernisierte Karstadt-Warenhaus gehört. Außerdem entsteht in der früheren Woolworth-Filiale ein Geschäftshaus, dessen Hauptmieter

auf 4.500 qm Fläche die erste Berliner Filiale der Münchener Sportartikelkette Sport Scheck sein wird.

Berliner Lokalkolorit

Angst macht Norbert Radszat diese massive Konkurrenz nicht, auch wenn Karstadt Sport in das Center „Boulevard Berlin“ umziehen und das Forum Steglitz damit einen seiner Ankermieter verlieren wird. „Gerade im Wettbewerb mit den anderen Centern brauchen wir Tradition und müssen die alten Trampelpfade wahren“, sagt Radszat – und hat schon eine Idee für die frei werdende Fläche: das Sport Forum Steglitz. Eine komplette Ebene mit zusätzlichen vertikalen Erschließungen will Radszat zum Fachgeschäfts-Kompetenzzentrum für Sportkunden ausbauen. Eine rund 6.000 qm große Fläche soll dafür individuell in einzelne Ladenflächen zwischen 20 und 1.500 qm unterteilt werden, in die die 20 wichtigsten Berliner Sportfachhändlern einziehen sollen. Zurzeit ist Radszat mit seiner Idee,

Berliner Sportartikelhändler als Team im Wettbewerb mit den etablierten nationalen Sporthäusern aufzustellen, auf Werbetour. Sein Motto: „Allein bleiben Sie klein. Zusammen spielen wir in der Champions-League.“

Die Kundenbindung will Radszat mit Events fördern. Nach dem Umbau ist dem Centermanagement eine Neuauflage der im alten West-Berlin bekannten „Turm-7-Partys“ geglückt: Der Treff im Einkaufszentrum mit Tanzmusik und Cocktails gehörte einst zu Berlins ersten After-Work-Partys. Und speziell im Jubiläumsjahr 2010 gibt es viele Veranstaltungsangebote: ein dreitägiges Geburtstagsfest, die Kür der „Schönsten 40“ im Rahmen einer Vorher-Nachher-Show, ein Graffiti-Wettbewerb, die Beachbar „Strandlitz“ auf dem obersten offenen Parkdeck und ein Fußball-Parcours für Kinder. Das Forum Steglitz versteht sich ausdrücklich als ein Ziel für die ganze Familie.

Kontakt:
redaktion@ehi.org

INTERVIEW



Wir wollen Tradition

Norbert Radszat, Partner der Real-ity GmbH, über neue Konzepte für einen traditionsreichen Einkaufsstandort.

s+s: Was ist das Besondere am Forum Steglitz?

RADZAT: Als das Forum Steglitz 1970 eröffnet wurde, war es – nach dem Europa-Center – das zweite Einkaufszentrum in der damals noch geteilten Stadt. Es ist bis heute ein zentraler Teil der nach Tauentzien und Ku'Damm zweitwichtigsten Einkaufsstraße Berlins, der Schlossstraße. Seit vier Jahrzehnten kommen Kunden aus den südwestlichen Berliner Bezirken zum Shoppen zu uns, seit der Wiedervereinigung auch zunehmend aus ganz Berlin und dem Umland. Die Berliner sind mit uns groß geworden, und die Neubürger wachsen mit uns auf.

s+s: Was bedeutet diese gewachsene Verbundenheit für die Entwicklung des Centers?

RADZAT: Für unsere Kunden ist das Forum Steglitz ein Stück Berlin, und sie wollen ihr Berlin im Forum wiederfinden. Nur mit den üblichen Filialisten können Sie da nicht punkten, zumal auch die Schlossstraße insgesamt dicht mit Filialisten besetzt ist. Wichtig sind Fachgeschäfte, die engagiert, individuell und kundenorientiert geführt werden, in denen sich unsere Kunden persönlich betreut und gut aufgehoben fühlen. Beispielsweise das Fischgeschäft Nickel im Untergeschoss, das schon vor 90 Jahren in Steglitz ansässig war.

s+s: Steht dieses Konzept auch hinter Ihrer Idee für das Sport Forum Steglitz?

RADZAT: Richtig. Großflächige Sportgeschäfte wird es an der Schlossstraße bald genug geben mit Karstadt Sport, Sport Scheck und Globetrotter. Ein weiterer Sportfilialist ist daher für uns als zukünftiger Mieter nicht geeignet, zumal solche Konzepte auch überhaupt nichts mit Berlin zu tun haben. Daher wollen wir für den Sportbereich ein Team qualifizierter Fachhändler gewinnen, die viel von ihrem jeweiligen Sport verstehen und bei den Berlinern dafür bekannt sind. Wir wollen Berliner Tradition für das Forum Steglitz.