

Die Geschichte der ECE

1. Die Anfänge der ECE

Sorglos bauen und sich aufs eigentliche Kerngeschäft konzentrieren – das hat sich Werner Otto beim rasanten Aufbau des Otto-Versandes in den 50er und frühen 60er Jahren immer gewünscht. Die Realität sah allerdings anders aus. Fast jedes seiner Bauprojekte sei damals mit viel Ärger verbunden gewesen. Also machte Werner Otto aus der Not eine Tugend und gründete 1965 in Hamburg eine eigene Immobilienfirma, die zunächst „Werner Otto Vermögensverwaltung G.m.b.H.“ hieß. Daraus entwickelte sich über die „Werner Otto Grundstücks-Entwicklung G.m.b.H.“ schließlich die „KG Einkaufs-Center Entwicklung mbH“ – kurz ECE genannt. Weil sich das Unternehmen aber nicht nur um Einkaufs-Center kümmerte, sondern vermehrt auch um andere Gewerbeimmobilien wie zum Beispiel Bürohäuser oder Warenverteilzentren, wurde der Name 1979 noch einmal geändert: in „ECE Projektmanagement“. Das Kürzel ECE hat sich in der Branche längst zum Markenzeichen entwickelt.

Gemeinschaftswarenhäuser

Mit einer Hand voll guter Leute ging es 1965 mit Geschick und Mut beherzt ans Werk. In jenen Jahren gab es in Deutschland so genannte Gemeinschaftswarenhäuser. Dabei handelte es sich um flache, schmucklose Gebäude, die zumeist auf der „grünen Wiese“ angesiedelt waren und über große Parkplätze verfügten. Auch die Werner Otto Vermögensverwaltung betrieb bald drei solcher Gemeinschaftswarenhäuser.

Die Idee war, alle Einkäufe unter einem Dach zu erledigen. Dieses Konzept hatte allerdings einen gravierenden Nachteil: Alle Geschäfte waren ohne eigene Namensnennung gemeinsam auf einer Fläche untergebracht – wie Abteilungen in einem Warenhaus ohne Trennwände. Alle Einzelhändler warben und traten unter einem Namen auf. Besonders eifrige Einzelhändler arbeiteten neben weniger einsatzfreudigen Kollegen. Das hatte zur Folge, dass erstklassige Geschäftsleute in diesem Umfeld nicht als Mieter zu gewinnen waren. Der wirklich hervorragende Einzelhändler will sich durch Leistung und Know-how von der breiten Masse abheben. Für Werner Otto war daher schnell klar, dass Gemeinschaftswarenhäuser keine Zukunft haben würden.

Shopping-Center nach nordamerikanischem Vorbild

In den USA und Kanada hatte Otto die ersten Shopping-Center gesehen: „Was mich beeindruckte, war die kundenfreundliche Vielfalt der Läden in den Einkaufs-Centern. Es reizte mich, so etwas auch in Deutschland zu erstellen.“ Doch Werner Otto kopierte nicht bloß die amerikanischen Vorbilder. Amerikanische Größenordnungen sowie die Mentalität der Kunden waren auf Deutschland nicht ohne weiteres übertragbar. Voraussetzung für den Erfolg waren von Anfang an 1a-Standorte, ein gutes Team und die richtige Einstellung zum Kunden. So sollte jeder Kunde möglichst jeden Artikel, den er mindestens einmal im Jahr kaufen wollte, im Center vorfinden. Und das mindestens in zwei verschiedenen Geschäften, um so die

Konkurrenz zu gewährleisten. Die Möglichkeit, unabhängig vom Wetter in einer attraktiven und überdachten Mall einkaufen zu können, bot zusätzlich völlig neue Reize. Dieses Konzept ging auf, denn hier wurde Einkaufen plötzlich zum Erlebnis, war keine reine Bedarfsdeckung mehr. Den Menschen machte Einkaufen Freude.

Das erste Center der ECE

Am 23. Oktober 1969 eröffnete in Nürnberg-Langwasser mit dem Franken-Zentrum das erste ECE-Shopping-Center. Jeder Einzelhändler hatte seinen eigenen Ladeneingang, sein individuelles Schaufenster und firmierte unter seinem Namen. Dadurch hob er sich von den anderen ab, war unabhängig und konnte seine eigene Leistungsfähigkeit unter Beweis stellen. Das spornte an. War die Leistung schlecht, schlug das auf den jeweiligen Einzelhändler selbst zurück, zog aber nicht unmittelbar das ganze Center in Mitleidenschaft. Bei der Vermietung wurde auch damals schon auf einen ausgewogenen Branchenmix geachtet, bei dem die ECE sowohl überregionale als auch regionale Einzelhändler berücksichtigte. Das Franken-Center zählt auch heute noch, nach Erweiterungs- und Optimierungsmaßnahmen, zu den erfolgreichsten Centern in ganz Deutschland.

Der ersten ECE-Center-Entwicklung in Nürnberg folgten das Alstertal-Einkaufszentrum in Hamburg-Poppenbüttel (1970), das Hessen-Center in Frankfurt-Bergen-Enkheim (1971), das Rhein-Center in Köln-Weiden (1972), das Roland-Center in Bremen-Huchting (1972), das Leo-Center in Leonberg (1973) und das Allee-Center in Essen-Altenessen (1973). Auch sie wurden in den Folgejahren den wachsenden Kundenwünschen entsprechend immer wieder vergrößert und modernisiert und befinden sich auch heute noch alle im Management der ECE.

2. Konsolidierungsphase und Ölkrise

Expansionsstopp

Anfang der siebziger Jahre zeigte sich Werner Ottos unternehmerisches Gespür. Bevor viele andere die sich abzeichnende Ölkrise 1974/75 überhaupt erkannt hatten, erließ Otto 1973 einen generellen Expansionsstopp. Die Beschaffung neuer Objekte war ab sofort einzustellen. Bereits laufende Verhandlungen mit Stadtplanern waren abzubrechen. Damit verhinderte Otto, genau zum richtigen Zeitpunkt, dass das Unternehmen mit unbebauten Grundstücken und halbfertigen Objekten in eine Krise schlitterte, deren Dauer nicht absehbar war. Hinzu kam, dass Politiker und Behörden anfangen, im Zusammenhang mit Shopping-Centern über die Bebauung der „grünen Wiese“ zu diskutieren. Ob es sich nun tatsächlich um eine solche handelte oder um integrierte Lagen in Stadtteilzentren spielte dabei oft keine Rolle. Das Thema „Verödung der Innenstädte“ war in aller Munde und erschwerte die Suche nach neuen geeigneten Standorten.

Konsolidierung

In der anschließenden zweijährigen Konsolidierung, die im Herbst 1973 begann, wurde ein solides Fundament für die weitere Firmenentwicklung gelegt. Nach der zeitweise recht turbulenten Aufbauphase bekamen die Architekten nun Zeit, Umbaumaßnahmen sorgfältig vorzubereiten und fehlende Pläne zu vervollständigen.

Die Vermieter hatten Gelegenheit, notwendige Mieter-Umstrukturierungen vorzunehmen.

War es während der Aufbauphase primär darum gegangen, möglichst schnell möglichst viele Einkaufs-Center zu errichten, musste in den folgenden Jahren im härteren Wettbewerb Bestehendes gesichert, optimiert und zu einer guten Rentabilität geführt werden. Diese Aufgabe übernahm Dr. Heinrich Kraft, der seit 1972 zur Cura Vermögensverwaltung der Otto-Gruppe gehörte. Er organisierte das Team der ECE komplett neu und leitete das Unternehmen von 1974 bis 2000. Gegliedert in die damals noch drei Geschäftsbereiche, Center-Management, Vermietung und Verwaltung, formte sich unter der Ägide von Dr. Kraft eine in den Krisenjahren gehärtete, einsatzfreudige und von der Sache begeisterte Mannschaft, für die seither gilt: „Bei der ECE hat es noch keinen Flop gegeben, und dabei soll es auch bleiben.“

Die Einkaufs-Center, die dem Franken-Center folgten, wurden in der Gestaltung immer besser und in den Baukosten günstiger. Die Bauzeit lag wegen der Zusammenarbeit mit Generalunternehmen und einer effizienten Planung der ECE-Architekten schon bald unter einem Jahr. Auf die Einhaltung der Kostenvoranschläge und der Termine der ECE war Verlass. Das war in Deutschland ein Novum und ist bis heute einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren der ECE.

3. Neue Geschäftsfelder

Bürohäuser

Mitte der 70er Jahre war die Konsolidierungsphase vorüber und ein großer Teil der Modernisierungen an den bestehenden Shopping-Centern abgeschlossen. Nun war es an der Zeit, weiter zu expandieren. Die Entwicklung neuer großer Shopping-Center gestaltete sich aufgrund immer komplexerer Planverfahren, Grundstückssituationen und politischer Auffassungen weiterhin als schwierig. Deshalb strebte das Unternehmen eine Diversifikation an. Hierbei war es von grundlegender Bedeutung, dass das bestehende Know-how der ECE so gut wie möglich genutzt werden konnte. Die umfangreichen Erfahrungen beim Bau und Management von Einkaufs-Centern waren eine gute Basis für ein Engagement auf dem Bürohaussektor.

Nach gründlicher Beobachtung des Büromarktes beschloss die ECE, Frankfurt am Main als Ort für diese Aktivitäten zu wählen. Infolge eines hemmungslosen Baubooms standen dort einige Bürohäuser leer oder waren im Baustadium stecken geblieben. So beauftragte die DG Bank (heute DZ Bank) die ECE mit dem Ausbau, der Vermietung und dem Management des einundvierzigstöckigen City-Hauses am Platz der Republik. Als weiteres Großprojekt in Frankfurt folgte 1979 das FBC-Gebäude in der Mainzer Landstraße. Es war während der Ölkrise halbfertig geblieben und hatte wegen des erheblichen Baukosten- und Vermietungsrisikos viele Jahre keinen Käufer gefunden. Das Gebäude wurde gekauft und vermietungsreif fertig gestellt. Mit der Gewinnung mehrerer namhafter Großmieter und einer ganzen Reihe bekannter Banken, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen als Mieter machte die ECE das Haus zu einer der ersten Adressen im Frankfurter Bankenviertel.

1981 wagte die ECE dann den Bau eines eigenen Bürohauses, dem „Bürohaus an der alten Oper“. Es befindet sich direkt im Bankenviertel, im Herzen von Frankfurt. Hier übernahm die ECE erstmals komplett die Objektentwicklung, Generalplanung, Vermietung und das Management für den Investor, die DG Bank. Schon drei Jahre nach Baubeginn konnte das exklusive einundzwanzigstöckige Bürohaus bezogen werden. Innerhalb kürzester Zeit war das Objekt voll vermietet.

Parallel zu den Vorhaben in Frankfurt hatte die ECE als Generalplaner ein weiteres Großprojekt, den Bau des neuen Otto-Verwaltungsgebäudes in Hamburg in Angriff genommen. Es wurde 1982 fertig gestellt. Weitere große Bürobauprojekte folgten bis heute, u.a. die Zentrale der Mannheimer Versicherungen in Mannheim (in Zusammenarbeit mit Stararchitekt Helmut Jahn, 1991), das Deutsch-Japanische Zentrum in Hamburg (1995), das Atrium Friedrichstraße in Berlin (1997), die Philips-Deutschlandzentrale in Hamburg (2006), das Alstertor 21 in Hamburg (2007) und der Weser Tower in Bremen.

Ein weiteres Highlight-Projekt in der ECE-Sparte OFFICE ist das ThyssenKrupp Quartier in Essen. Dort entstehen auf einem innerstädtischen Areal von über 20 Hektar die neue Konzernzentrale der ThyssenKrupp AG, weitere Bürogebäude sowie ein Forum mit Konferenzzentrum, Gastronomie und zentraler Logistik.

4. Stärkung der Innenstädte

Nach Ausdehnung ihrer Geschäftstätigkeit und der Übernahme von Managementaufgaben auch für andere Investoren prüfte die ECE Anfang der 80er Jahre erneut auch Investitionsmöglichkeiten im Einzelhandel. Begünstigt durch den Bedeutungswandel der traditionellen Warenhäuser beschloss die ECE, nach den Stadtteilzentren nun die Entwicklung von zentral-innerstädtischen Centern in Angriff zu nehmen. Ziel dabei war es, die Innenstadt zu stärken, ihren Charme zu erhalten, dem Abwandern in konkurrierende Verdichtungsräume entgegenzuwirken und die Kaufkraft zu binden. Wie gut die ECE diese Herausforderungen löste, dokumentieren bis heute Einkaufs-Center wie u.a. das Löhr-Center in Koblenz (1984), das Allee-Center in Remscheid (1986), das Saarpark-Center in Neunkirchen (1989) oder die City-Arkaden in Wuppertal (2001). Die ECE übernahm damit zugleich eine Pionierfunktion – nur ein Drittel aller zwischen 1964 und 1995 gebauten Shopping-Center liegen nach Erhebungen des Euro-Handelsinstitutes in den Innenstädten.

In Braunschweig (1988), Bochum (1989), Nürnberg (1999) und Kassel (2002) entwickelte die ECE schließlich mit den City-Points ein ganz neues Center-Konzept. Die Idee war, ehemalige Warenhäuser in eine moderne Einkaufswelt zu verwandeln. Kennzeichen dieser attraktiven City-Points sind ein liches Atrium, das von allen Verkaufsebenen einsehbar ist, gläserne Fahrstühle und großzügige Rolltreppen.

Konzept der „lebendigen Marktplätze“

Der Entwicklung innerstädtischer Einkaufsgalerien durch die ECE liegt das Konzept der „lebendigen Marktplätze“ zu Grunde. Die Erfahrungen der ECE zeigen, dass attraktive Einkaufsgalerien, die sich durch eine hohe Qualität in Architektur, Management und Branchenmix auszeichnen, immer positive Impulsgeber für die

Innenstädte sind. Sie erhöhen die Anziehungskraft und tragen dazu bei, verloren gegangene Kaufkraft zurück zu gewinnen. Sie stärken die Städte im ständig zunehmenden Wettbewerb der Standorte, der das branchenbezogene Konkurrenzdenken der Händler immer mehr in den Hintergrund treten lässt.

Ob in Hannover, Dresden, Schwerin, Magdeburg, Heilbronn, Essen oder Passau – die Einkaufsgalerien der ECE sorgen für lebendige Marktplätze und bringen Schwung in den City-Einzelhandel. So ist zu beobachten, dass mancher Händler aus seinem Dornröschenschlaf erwacht, sobald die ECE in der Stadt erscheint. Er beginnt in den Ladenbau und in das Marketing zu investieren und am Sortiment zu feilen. Der attraktive Branchenmix schafft Synergien, die beim Einzelhandel für Umsatzzuwachs sorgen, und zwar auch bei den Händlern außerhalb der Einkaufsgalerien. Als integrierte Bestandteile der Innenstädte nehmen die ECE-Einkaufsgalerien aktiv am Stadtmarketing teil. Davon profitiert der gesamte innerstädtische Handel. Das Nachsehen hat in aller Regel die grüne Wiese. Die Einkaufsgalerien der ECE bewirken damit eine nachweislich positive Zentralitätsentwicklung in den Städten. Bereits der Bau und die Erschließung einer Einkaufsgalerie geben der Stadt einen kräftigen wirtschaftlichen Impuls. Somit bedeutet eine Einkaufsgalerie der ECE ein Signal für eine erfolgreiche Zukunft in der Stadtentwicklung und positive Impulse für die heimische Wirtschaft.

5. Der Fall der Mauer

Mit dem Fall der Mauer nach dem 9. November 1989 eröffneten sich auch für die ECE ganz neue Perspektiven. Während die ersten Entwickler schon kurze Zeit später Einkaufszentren auf der „grünen Wiese“ errichteten, verfolgte die ECE auch hier eine andere Strategie: Sie widerstand der Versuchung, unter kurzfristigen Aspekten stadtfremde Billigobjekte hochzuziehen. Vermieter und Centermanager reisten stattdessen in alle größeren Städte und verschafften sich vor Ort einen Überblick über die geeigneten Standorte. Dabei stießen sie auf vielfältige Schwierigkeiten. Eigentumsverhältnisse mussten mühsam festgestellt werden. Die Eintragung „EDV“ (Eigentum des Volkes) ließ eine zügige Klärung nicht zu. Alles brauchte länger.

Doch die Entwicklungsfähigkeit des Ostens bot der ECE auch große Chancen. Im Zuge der umfassenden Neustrukturierungen blieb noch genügend Platz, um besonders den Innenstädten wieder ein markantes Gesicht zu geben. Die ECE erkannte, dass es der richtige Zeitpunkt war, um mit durchdachten Standortkonzepten zu helfen, den Aufbau Ost voranzutreiben – mit Konzepten, die sowohl unter wirtschaftlichen als auch unter städtebaulichen Aspekten richtungweisend waren und sind.

Die ECE setzte bei ihren Projektentwicklungen in den neuen Bundesländern die gleichen qualitativen Maßstäbe an wie im übrigen Deutschland und blieb auch ihren Beurteilungskriterien in Bezug auf die Standorte treu. Auch das Sortiments- und Branchenkonzept wurde – wie gewohnt – speziell auf die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden im Einzugsgebiet zugeschnitten.

Als erste ECE-Shopping-Galerie in den neuen Bundesländern eröffnete am 29. September 1994 das Oder-Center in Schwedt. Weitere Einkaufsgalerien kamen bis

heute hinzu: in Hoyerswerda, Dessau, Leipzig, Potsdam, Neubrandenburg, Schwerin, Magdeburg, Erfurt, Chemnitz, Bautzen, Plauen und Dresden. Ein besonderes Highlight für das Zusammenwachsen von Ost und West war die Realisierung des DaimlerChrysler-Projektes am Potsdamer Platz in Berlin: Am 2. Oktober 1998 eröffneten die Potsdamer Platz Arkaden. Die ECE hatte im Auftrag der DaimlerChrysler Immobilien (DCI) die Einzelhandelsarchitektur zusammen mit dem Architekten Renzo Piano entworfen und trägt bis heute die Verantwortung für die Vermietung und das Centermanagement. Den Erfolg der Potsdamer Platz Arkaden belegen auch internationale Auszeichnungen wie der Hauptpreis des International Council of Shopping Centers (1999) und die Auszeichnung des Urban Land Institute (2006).

In enger Abstimmung mit dem Berliner Senat engagierte sich die ECE auch über den Potsdamer Platz hinaus für die Entwicklung des Einzelhandels in den Stadtteilen der Bundeshauptstadt: Zunächst entstand das Allee-Center in Berlin-Hohenschönhausen (1994). Es folgten Projekte wie das Ring-Center (1995), das Linden-Center (1995) und das Gesundbrunnen-Center (1997). Ein weiteres ECE-Highlight in Berlin ist das Eastgate, eine futuristische Shopping-Mall, die im September 2005 an den Start ging.

6. Alexander Otto

1994 stieß ein neuer Mitarbeiter zur ECE: Alexander Otto, jüngster Sohn des Firmengründers. Nach Studium in Harvard und ersten Berufserfahrungen als Finanzanalyst und Direktor der Finanzplanung in New York übernahm Alexander Otto als Projektleiter zunächst die Entwicklung des Schlosspark-Centers in Schwerin, einer innerstädtischen Einkaufsgalerie auf dem Areal einer ehemaligen russischen Kaserne.

Nach seinem Eintritt in die Geschäftsführung wechselte Otto in den Vermietungsbereich, wo er neben Einzelhandelskonzepten auch die Vermietung von Büro- und Gewerbeflächen weiterentwickelte. Im Oktober 1998 wurde Alexander Otto zunächst Stellvertreter von Dr. Heinrich Kraft, ehe er schließlich am 1. Juli 2000 den Vorsitz der ECE-Geschäftsführung übernahm.

7. Verkehrsstationen und Industriebauten

Hauptbahnhöfe Leipzig, Köln, Hannover und Wien

Mit der Umgestaltung des Hauptbahnhofs in Leipzig (1995-1997) erschloss die ECE in Zusammenarbeit mit der Deutsche Bahn AG einen völlig neuen Einkaufs- und Erlebnisraum. Die Idee: Bahnhöfe mit neuen Nutzungskonzepten wieder zu interessanten und attraktiven Anziehungspunkten der Städte werden zu lassen. Mit adäquaten Einzelhandelsfachgeschäften und Dienstleistungsbetrieben sollten besucherfreundliche Bahnhöfe entstehen. Mit den „Promenaden“ im modernisierten Leipziger Hauptbahnhof war dies 1997 auf Anhieb gelungen. Ausgezeichnet mit Architekturpreisen, gilt der Hauptbahnhof in Leipzig heute als einer der schönsten Bahnhöfe der Welt. Täglich bummeln rund 100.000 Menschen durch das ansprechend gestaltete Dienstleistungs- und Einkaufszentrum.

Das Konzept machte Schule. So folgten die ebenfalls erfolgreichen Umgestaltungen der Hauptbahnhöfe in Köln (2000) und Hannover (Promenade im Hauptbahnhof Hannover, 2000). Auch international ist das Know-how der ECE sehr gefragt: So beauftragten die Österreichischen Bundesbahnen (ÖBB) die ECE mit der Optimierung und Vermietung des Westbahnhofs und des Hauptbahnhofs in Wien. Darüber hinaus hat die ECE auch innovative Konzepte für Flächennutzungen an Flughäfen entwickelt, insbesondere am Frankfurter Flughafen. Außerdem erarbeitet die ECE neue Vertriebskonzepte für die Automobilindustrie und den Automobilhandel.

Warenverteilzentren

Für die Versorgung der neuen Bundesländer mit Gebrauchs- und Konsumgütern war die Errichtung eines flächendeckenden Warenverteilungsnetzes erforderlich. Auch auf diesem Gebiet hatten die Experten der ECE schon in den 80er Jahren mit Logistikbauten u.a. für die Versandhäuser Otto, Schwab und Heine wichtiges Know-how gesammelt. Jetzt ging man daran, für Otto in Haldensleben bei Magdeburg und im thüringischen Ohrdruf große und leistungsfähige Warenverteilzentren zu errichten. So entstand in Haldensleben unter Federführung der ECE in mehreren Bauabschnitten das größte und modernste Warenverteilzentrum in Europa. Es gilt als „Flaggschiff der Logistik“. Weitere Logistikzentren entstanden unter ECE-Regie u.a. für Actebis in Bad Wünnenberg-Haaren bei Paderborn (2002), für Bode Chemie in Henstedt-Ulzburg bei Hamburg (2006), für Witt in Weiden in der Oberpfalz (2008) sowie für Hermes (Zentral-HUB) in Friedewald in Nordhessen (2009).

Zu den Industriebauten, die von der ECE realisiert oder geplant wurden, zählen u.a. auch die Fernsehproduktionsstätten für Studio Hamburg und Studio Berlin, Masterplanungen für das Airbus-Werk in Hamburg, für Beiersdorf in Hamburg oder für die Nordhallen der „koelnmesse“ in Köln.

8. Weltweit gut aufgestellt

Aus der anfänglich kleinen ECE ist unter Führung von Alexander Otto der europäische Shopping-Center-Marktführer geworden. Das Portfolio ist mittlerweile auf 112 Einkaufsgalerien in ganz Europa gewachsen. Unter dem Dach der ECE arbeiten rund 3.000 Mitarbeiter in interdisziplinären Teams in den Bereichen SHOPPING, OFFICE, TRAFFIC und INDUSTRIES.

Mit einer Reihe von Tochterfirmen und Joint Ventures engagiert sich die ECE zunehmend international sehr erfolgreich. „Mit hochwertiger Architektur und einem konsequent besucherorientierten Management sorgen wir auch außerhalb Deutschlands für neuen Schwung im City-Einzelhandel“, so Alexander Otto.

Schon 1996/97 begann die ECE mit ihrer Internationalisierung in Polen, Ungarn und Tschechien. Das erste ECE-Center außerhalb Deutschlands, die „Galeria Dominikanska“ im polnischen Breslau, eröffnete im August 2001. Weitere Einkaufsgalerien der ECE in Polen entstanden in Lodz, Krakau und Danzig. In Ungarn startete die ECE 2002 mit der Einkaufsgalerie „Árkád örs vezér tere“ in Budapest. Weitere Center in Ungarn realisierte die ECE in Pécs, Győr und Debrecen. Als erstes Center in Tschechien ging im Frühjahr 2005 die „Galerie Vankovka“ in

Brünn an den Start. Unter den Ehrengästen bei der feierlichen Eröffnungsgala befand sich u.a. auch der ehemalige tschechische Staatspräsident Václav Havel. 2008 folgte mit den Árkády Pankrác in Prag ein weiteres Vorzeigeprojekt in Tschechien.

Mit großem Erfolg agiert die ECE bereits seit 2000 in der Türkei und entwickelte sich dort schnell zum nationalen Shopping-Center-Marktführer. Nach umfangreich gesammelten Erfahrungen als Dienstleister eröffnete die ECE 2007 gemeinsam mit dem Joint-Venture-Partner GGP das erste vollkommen selbst entwickelte Center in der Türkei, den Espark in Eskisehir.

Auch in Griechenland ist die ECE präsent: „The Mall Athens“ in Athen (Eröffnung 2005) ist das erste große Einkaufs- und Freizeitcenter des Landes. Ende 2008 eröffnete mit der „Golden Hall“ ein weiteres ECE-Center in der griechischen Hauptstadt. Seit 2006 betreibt die ECE auch in Österreich ihre erste selbst entwickelte Einkaufsgalerie: die City-Arkaden in Kärntens Landeshauptstadt Klagenfurt.

Ein Shopping-Erlebnis fast wie in „1001 Nacht“ bietet das City Center in Doha, der Hauptstadt von Katar. Diese Mega-Mall mit 116.000 Quadratmeter Verkaufsfläche ist eines der größten Shopping-Center des Mittleren Ostens. Die ECE übernahm dort 2004 das Management. Auch in der russischen Hauptstadt Moskau ist die ECE seit 2009 mit einem Center vertreten. Dort übernahm man das Management der Einkaufsgalerie „Vremena Goda“.

Darüber hinaus ist die ECE zum Teil mit Tochtergesellschaften u.a. in folgenden weiteren Ländern international aktiv: in Litauen, Rumänien, Bulgarien und in der Schweiz.

Die ECE ist eine Schwestergesellschaft der Otto Group – der größten Versandhandelsgruppe der Welt – und verfügt dank weiterer Schwestergesellschaften auch über beste Beziehungen nach Übersee: So managt die Paramount Group in den USA Immobilien an der US-Ostküste. Die Immobiliengruppe Park Property im kanadischen Toronto ist vor allem auf Wohnungen und Gewerbeflächen spezialisiert.

9. Engagement für das Gemeinwohl

Bei der ECE hat das Engagement für das Gemeinwohl Tradition. So brachte das Unternehmen beim Bau der Staatlichen Jugendmusikschule in Hamburg sein Immobilien-Know-how mit ein und sorgte dafür, dass die Baukosten minimiert und die Schule termingerecht fertig gestellt werden konnte. Auch den Wiederaufbau des historischen Schlosses Belvedere auf dem Potsdamer Pfingstberg unterstützte die ECE durch effiziente Projektsteuerung und ein strenges Kosten-Controlling.

Anlässlich der Übernahme des Geschäftsführungsvorsitzes gründete Alexander Otto im Jahr 2000 die Stiftung „Lebendige Stadt“ – ein Gemeinschaftsprojekt, in dem sich führende Persönlichkeiten aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Forschung für die Förderung der europäischen Städte einsetzen. Beispielhafte Projekte sind die

Neugestaltung des Hamburger Jungfernstiegs, die Illumination des Kölner Rheinpanoramas, die Umgestaltung des Platzes vor der Leipziger Nikolaikirche und die dauerhafte, künstlerische Illumination des Berliner Reichstagsgebäudes.

Eine weitere Stiftung ist die im Sommer 2006 gegründete „Alexander Otto Sportstiftung“. Hier arbeiten neben dem Stifter Alexander Otto Sportexperten und Wirtschaftsvertreter, um den Sport in Hamburg langfristig zu fördern, insbesondere den Jugendsport. Ein realisiertes Bauprojekt der Sportstiftung ist die neue Eis- und Ballsportarena im Altonaer Volkspark. Diese Arena eröffnet zusätzliche Trainingsmöglichkeiten für Breitensportler, Vereine und Profimannschaften.

Alexander Otto ist darüber hinaus Europavorsitzender des „Urban Land Institute“ (ULI). Die 1936 in Washington D.C. gegründete gemeinnützige Forschungs- und Bildungsorganisation genießt weltweit breite Anerkennung für ihre vorausschauende Forschung nach hohen Standards in Raumordnung, Städtebau und Immobilienwirtschaft.

10. Blick voraus

Auch in Zukunft gibt es einen ungebrochenen Bedarf an weiteren modernen und flexiblen Einzelhandelsflächen in zentralen Stadtlagen. Die ECE setzt deshalb bei der Entwicklung neuer Shopping-Center auf ihr über Jahrzehnte erworbenes Know-how. Entscheidend für den nachhaltigen Erfolg der ECE ist ihre konsequent kundenfreundliche und zukunftsorientierte Planung. Dazu zählt neben einer ansprechenden Architektur vor allem ein ausgewogener Branchenmix, der genau auf die Wünsche und Bedürfnisse der Menschen im Einzugsgebiet zugeschnitten ist. Dabei gehören kleine, örtliche Einzelhändler und Existenzgründer genauso zum Center wie zugkräftige Filialisten. „Wenn Einkaufsgalerien funktional richtig gebaut und betrieben werden, sind sie eine Mittelstandsförderung par excellence“, sagt Alexander Otto.

Außerdem sollte jedes Shopping-Center ein für die Stadt oder Region identitätsstiftendes Unikat sein – mit Raumerlebnis, Illumination und hoher Aufenthaltsqualität. Innovative Gestaltungselemente wie Lichtsäulen, interaktive Brunnen und künstlerisch gestaltete Fassaden sind dabei ebenso zu finden wie hochwertige Lederbänke, Holzfußböden und hölzerne Geländer. Beispiele für derart gelungene Projekte sind die 2002 eröffnete Altmarkt-Galerie in Dresden, das 2005 eröffnete „Ettlinger Tor“ in Karlsruhe oder – besonders spektakulär – die 2007 fertig gestellten Schloss-Arkaden in Braunschweig. Dort schuf die ECE mit der Rekonstruktion des im Zweiten Weltkrieg zerstörten Stadtschlusses ein neues Wahrzeichen – nach der Dresdner Frauenkirche die zweite große Wiederaufbauleistung im vereinten Deutschland. Für die Fassadenrekonstruktion des Braunschweiger Schlosses verwendeten die Bauleute mehr als 600 erhalten gebliebene Originalteile aus Naturstein sowie mehr als 8.200 neu gefertigte Sandsteinquader. Das wiedererrichtete Schloss beherbergt u.a. öffentlich-kulturelle Einrichtungen wie das Schlossmuseum und die Stadtbibliothek. In der Braunschweiger Innenstadt lösten die Rekonstruktion des Schlosses und die Eröffnung der Schloss-Arkaden einen wahren Investitionsboom aus. Dadurch konnte die Löwenstadt ihre Position als Niedersachsens Einkaufsmetropole Nummer eins nachhaltig stärken. Auch die anfängliche Sorge vieler Geschäftsinhaber, die

Menschen würden nur noch die Schloss-Arkaden aufsuchen, hat sich längst zerstreut: Neun von zehn Innenstadtbesuchern nutzen auch weiterhin die Geschäfte in der City. Braunschweig hat durch die Schlossrekonstruktion in der Stadtmitte nachhaltig an Attraktivität gewonnen. Die internationale Presse kürte das neue Schloss zu den zehn besten Bauten des Jahres 2007. Und anders als sein Vorgänger steht das neue Braunschweiger Stadtschloss jetzt allen Bürgern offen.

Insgesamt geht der Trend zum spektakulären Shopping-Erlebnis mit umfangreichen Serviceangeboten, bekannten Marken und Wareninszenierungen. Große Wachstumspotenziale liegen u.a. im Gastronomiebereich. Attraktive Angebote wie etwa Foodcourts erhöhen nachweislich die Aufenthaltsdauer der Centerbesucher. Der Gastronomie-Flächenanteil wird sich in den nächsten zehn Jahren voraussichtlich verdoppeln. Ein weiterer Trend ist der zunehmende Einsatz von modernen Kundenbindungsinstrumenten wie Center-Cards (Kreditkarten in Kooperation mit Banken), Einkaufsgutscheinen und Parkwertkarten.

Rasant voranschreiten wird schließlich auch die Internationalisierung des Einzelhandels. In Osteuropa ist bereits ein Wettlauf um die besten Standorte in vollem Gange. Gute Expansionsmöglichkeiten bietet weiterhin aber auch der westeuropäische Markt. Insgesamt werden die Shopping-Center den internationalen Händlertausch forcieren und für eine schnelle Verbreitung erfolgreicher Konzepte mit internationalem Potenzial sorgen. Bereits heute folgen viele Einzelhändler der ECE in neue Märkte, da sie so mit einem bekannten und vertrauenswürdigen Vertragspartner an der Seite die notwendigen lokalen Erfahrungen sammeln können.

Vor diesem Hintergrund erwartet Alexander Otto für die Zukunft eine weitere Konzentration der Shopping-Center-Betreiber: „Nur große internationale Betreiber können die notwendigen Synergien bei der Vermietung, der Kundenbindung und der Aktionen im Centermanagement vorweisen.“