



Infopage

Diese Broschüre stellt die Planungen ohne den Anspruch auf Umsetzung dar. Fehler und Irrtümer der Datenberechnung sind ausdrücklich vorbehalten. Die Darstellungen und Inhalte sollen eine freundliche wie unverbindliche Präsentation sein, wie die Gestaltung des Centers zukünftig aussehen könnte.

## KINTYRE.

**TED WALLE**  
CENTER MANAGEMENT

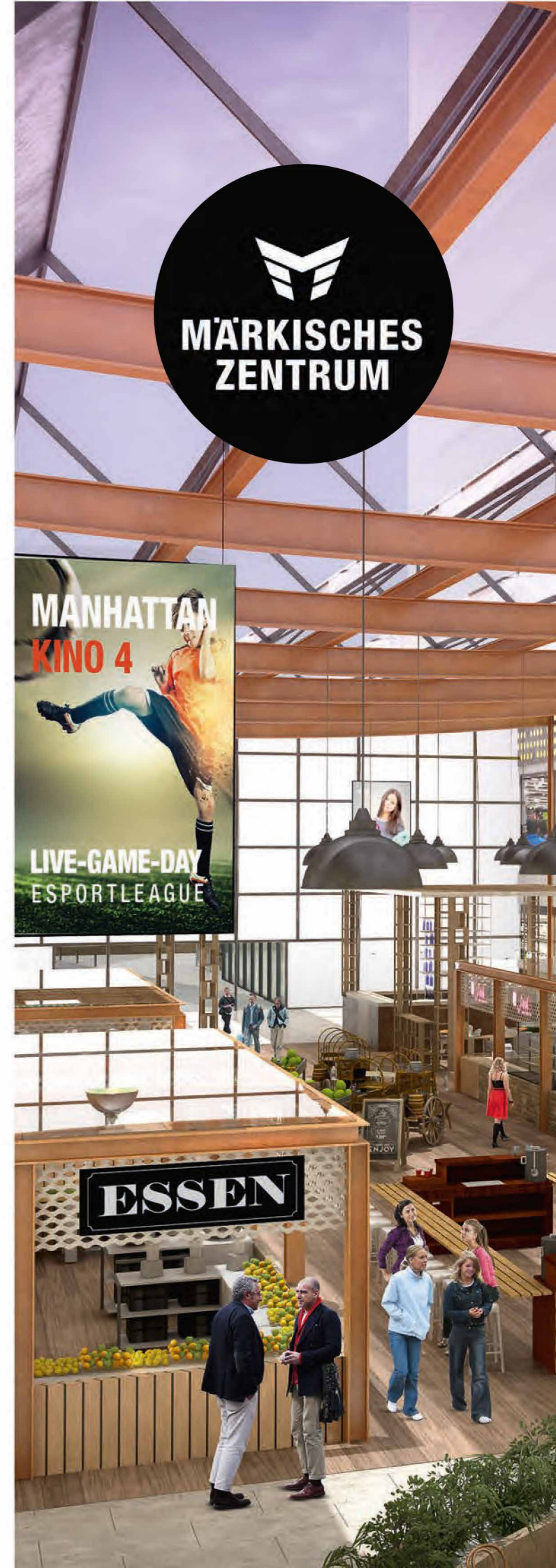
Telefon: +49 (0) 30 40 71 01 71  
Mobil: +49 (0) 171 36 39 389  
E-Mail: [twalle@kintyre.de](mailto:twalle@kintyre.de)

Kintyre Management GmbH  
Kantstraße 112  
10627 Berlin

MÄRKISCHES ZENTRUM  
Senftenberger Ring 3a  
13439 Berlin

## DAS NEUE MÄRKISCHE ZENTRUM

VERMIETUNG





## ETABLIERTER AUTHENTISCHER STANDORT.

50 Jahre Kundenbeziehung und hohe Bekanntheit sind Türöffner für nachhaltigen Erfolg. Die Neuerschaffung dieses Stadtkerns erfolgt jetzt.

## DYNAMISCHE METROPOLE.

Das Größte im Norden: 60.000 m<sup>2</sup> Freizeit-, Einkaufs- und Dienstleistungszentrum unter einem Dach\* sind Magnet und Impuls für die Menschen der Region. 665.000 Einwohner in Reinickendorf und Pankow wären für sich die fünftgrößte Stadt Deutschlands mit dem Märkischen Zentrum in der Stadtmitte. 83.400 mehr Einwohner (Prognose 2012-22) verstärken die dynamische Region.

## DESTINATION.

Ziel- und Aufenthaltsort durch und für Gastronomie und Freizeit. Diese beiden Erfolgsfaktoren genießen hervorgehobene Bedeutung in der Center-Konzeption und verstärken Aufmerksamkeit und Frequenz. Das breite Angebot verstärkt die Nachfrage nach sich selbst.

## KAUFKRAFT ÜBER DURCHSCHNITT.

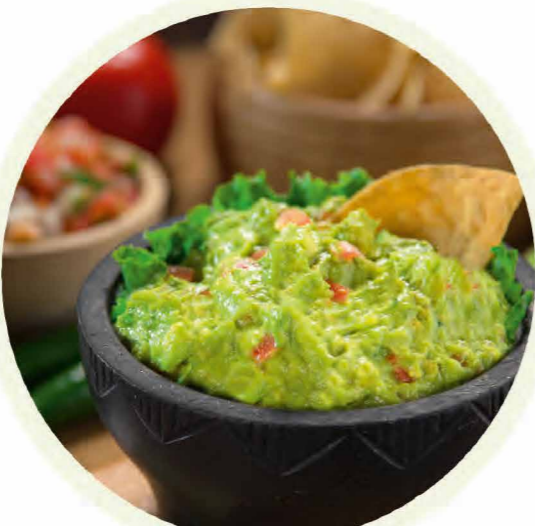
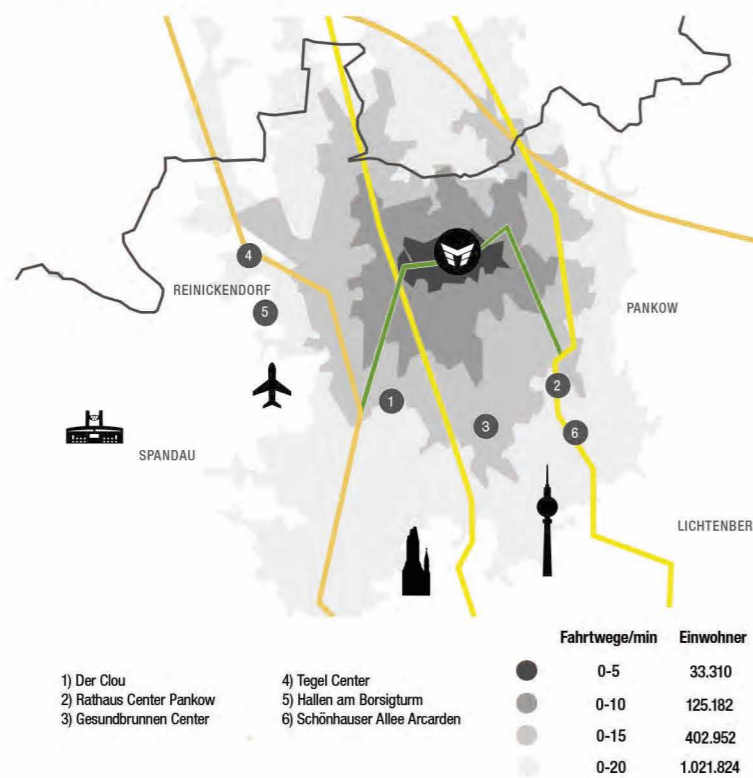
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 104 (Index) im berechneten Einzugsgebiet (234.000 Einwohner). Kaufkraftwachstum pro Einwohner 2% in Pankow und Reinickendorf (Berlin +1%). Breite Zielgruppe und hohe Kaufkraft sowie die damit einhergehende überdurchschnittliche Kundenerwartung ist der Maßstab für das neue Märkische Zentrum.

\*Summe am Kooperationsstandort aus MÄRKISCHEN ZENTRUM und Märkische Zeile

## ALLEINSTELLUNGSMERKMAL.

Mindestens 12 Fahrminuten in jede Richtung ohne Genuss- und Flaniermeile und ohne Shopping-Center. Ein dominanter Standortvorteil für die Mieter im MZ. Optimale Voraussetzungen für mehr Umsatz und Kundenbindung durch Food-Delivery: 1 Mio. Menschen wohnen in 20 Fahrminuten und sind 1 Mio. gute Gründe um die Haustür-Lieferung anzubieten.

## LAGE IN BERLIN.



## INNOVATIV UND INITIATIV.

Mut für Neues. An der richtigen Stelle und im digitalen Alltag wird 2019 das neue MZ systematisch konzipiert. Komfortabel und überraschend zum Anfassen, Erleben, Ausschauen und Verkaufen. Genau dort, wo die Menschen sind.

## MITTELPUNKT ALLER WEGE.

Entworfen und gebaut als öffentliches Stadtzentrum des Viertels. Anwohner, Besucher und Händler machen daraus einen lebendigen Ort. Urbanität trifft Natur. Naherholungsgebiete und Dorfstrukturen neben U-Bahn und Großstadtdensität. Lebensqualität und Ausflugsziel zugleich.

## FLORIENDER STADTPLATZ

Kultur, Freizeit und Behörden florieren das MZ. Fontane-Saal (1.000 Plätze für Events), Schwimmbad und Gymnasium, Kirche, Bürgeramt, Bibliothek, Volkshochschule. Angrenzende Skate-Arena, Sportplätze, Post und weitere Freizeit- und öffentliche Einrichtungen. Und ohne Umwege Shopping und Food im MZ.



## ANWOHNER.

40.000 Menschen im Stadtviertel (+2% p.a.) leben fußläufig. Zwei Drittel der Wohngebäude im Märkischen Viertel sind Ein-/Zweifamilienhäuser. Vielfältige Kundschaft vor Ort für einen breiten Branchenmix im MZ. Eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 126 Mio. € konzentriert sich in 15 Gehminuten. 300 neue Miet- und Eigentumswohnungen entstehen zusätzlich im MZ und bringen neue Kunden noch näher.

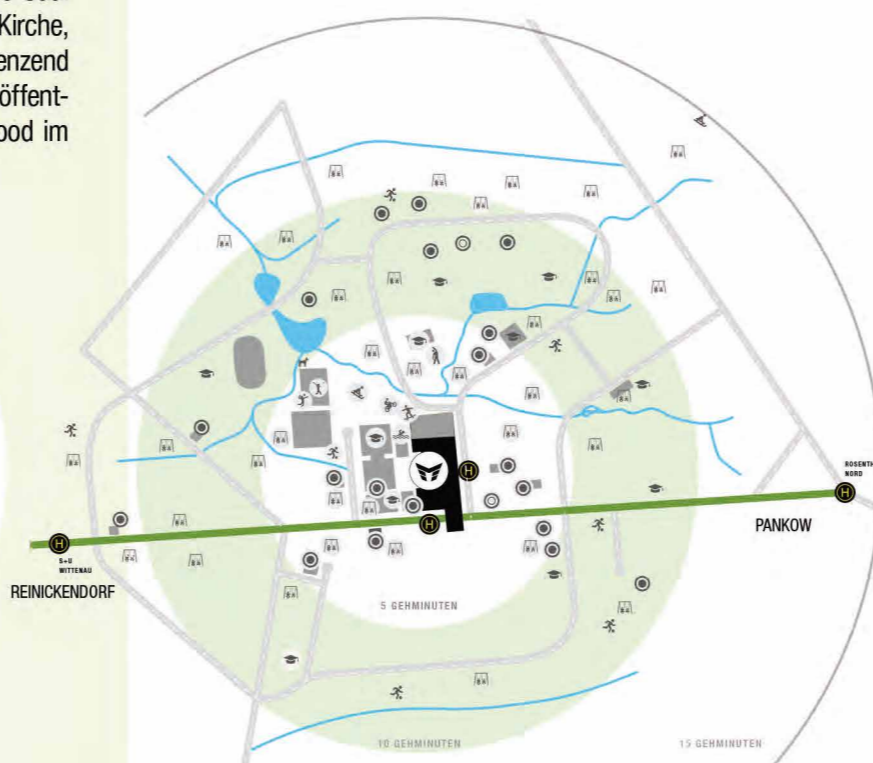
## SHOPPING-CENTER.

Attraktiver Einzelhandel: 37.000 m<sup>2</sup> / 100 Shops\* für Nahversorgung und Lifestyle. Im Einklang mit Behörden und Zentrenkonzept. Die Mall ist komplett überdacht und nur ebenerdig. Klare Visibilität für den Blick für das Wesentliche: Shops, Restaurants und Menschen.

## MEDIZIN.

60 Fachärzte und Gesundheitsdienstleister im MZ sorgen ebenfalls für überregionale Bedeutung und Kundenbindung. Und täglich kommen so neue Besucher und potentielle Kunden dazu.

## LAGE IM STADTVIERTEL.



## PARKEN UND CAR-SHARING.

900 Stellplätze\*. Neues komfortables und helles Parken unter der Markthalle. Freizeit- und Restaurantbesucher gelangen zu jeder Tages- und Nachtzeit zum sicher geparkten Auto. Kooperationen für Car- und Bike-Sharing runden das Angebot für jede Form der mobilen Erreichbarkeit des MZ ab.

## VERKEHRSANSCHLUSS.

Die ÖPNV und Taxi-Station „Märkisches Zentrum“ verbinden Pankow und Reinickendorf. Direkt vor dem Haupteingang des MZ aussteigen und abfahren. Der Regionalbahnhof Wilhelmruher Damm soll 2023 in Betrieb gehen.

## IN ZAHLEN.

9.000 Gastro-Kunden pro Tag  
5.100 m<sup>2</sup> Fläche für Gastronomie  
20 Restaurants und Stände  
10 - 1.200 m<sup>2</sup> anzumieten  
270 Sitzplätze in und an der Markthalle

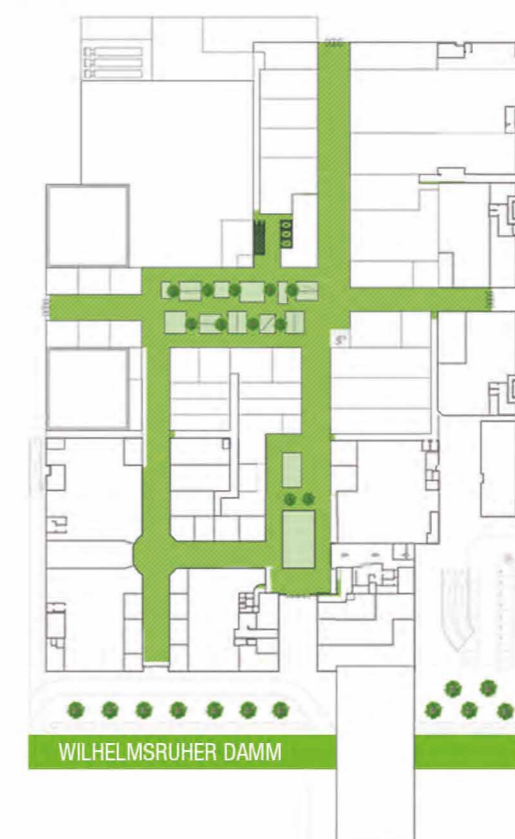
## HIGHLIGHT MARKTHALLE.

Die erste und größte Markthalle in einem Berliner Shopping-Center verbindet das Stadtquartier. Sie ist Attraktion, Event- und Verkaufsort gleichermaßen. Herzstück des neuen MZ. Wie ein klassischer Marktplatz ist sie frequentierte Laufverbindung und eine Aufenthaltszone. Die Halle versteht sich als eine eigene Adresse im Center und wird durch den Aufbau mit eigener Identität als Destination und Marke gelebt.

## FOOD IST PARTY.

Ausgehen ist ein Event und das neue MZ der Ort dafür. Erschwinglich und mit der Möglichkeit sich zu verwöhnen. Angebot und Aufenthaltsbereiche für jeden Anlass und Tageszeit. Ansprache von einem breitem Publikum für viele Gelegenheiten - für Familien, für große und kleine Gruppen, für sich selbst.

## LAGEPLAN CENTER KONZEPT.



## URBANE FLAIR.

Individuelle Trendkonzepte und bodenständige Küche aus allen Richtungen. Local Heroes und Nationale Marken. Hohe Aufenthaltsqualität auch bei kurzer Versorgung. Besondere Spannung und Mehrwert entsteht durch die Wechselwirkung der Angebote der einzelnen Stände.

## SEHEN UND GEGEHEN WERDEN.

Kleinflächige Foodkonzepte sind in der offenen Markthalle präsent. Besondere Gastronomie mit großzügigen Flächen. Die innenliegende Terrasse im Obergeschoss öffnet den Blick über die gesamte Markthalle und den Stadtplatz vor dem Center.

## KINOERLEBNIS.

Ein Kino für den Stadtteil mit 4 konzipierten Sälen. Große Filme bequemer als zuhause erleben. In privaten Sälen das eigene Programm ins Kino mitbringen. Ein Kino, das die heutigen Anforderungen übertrifft und die Kunden im MZ begeistert.

## SPORT, ABENTEUER UND WELLNESS.

Echte Aktivitäten holen die Kunden von zuhause ab. Von früh bis spät. Z.B. Fitnessstudio (2.400 m<sup>2</sup>), Kletterarena, Wellnesslounge. Erholung auf dem Gründach jenseits des Trubels und Tempo-Sport mit Blick auf den Straßenverkehr. Die Abwechslung führt den Kunden aufs neue ins MZ, zum Essen und Shoppen.

## JEDEN TAG GEÖFFNET.

Restaurant- und Freizeitzeiten im Einklang und unabhängig vom Shopping. Mit dem Aufwachen im Osten. Mit den Kernöffnungszeiten im Zentrum. Bis nach Sonnenuntergang im Westen. Auch am Wochenende eine öffentliche Passage.