



HÖFE  AM BRÜHL

HÖFE  AM BRÜHL



## ■ Inhalt/Content

HÖFE AM BRÜHL. DAS SHOPPINGCENTER DER BESONDEREN ART.

EINZIGARTIG  
FASZINIEREND  
VIELSEITIG

### Höfe am Brühl

#### Tradition & Moderne

Classic & Contemporary	4
Historie/History	6
Lage/Location	8

#### Konzept/Concept

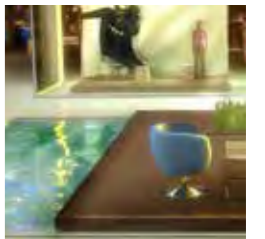
Philosophie/Philosophy	14
Fassaden/Façades	16
Themenhöfe/Themed courtyards	20

#### Innenarchitektur/Interior Design

Eingänge, Gassen, Kundenflure, Servicebereiche/Entrances, Arcades, Halls, Service areas	30
---	----

#### Daten & Fakten/Facts & Figures

Vermietungskonzept/Rental concept	36
-----------------------------------	----



HÖFE AM BRÜHL.  
A SPECIAL KIND OF MALL.

UNIQUE  
FASCINATING  
VERSATILE



TRADITION  
& MODERNE  
CLASSIC &  
CONTEMPORARY

HISTORIE, LAGE  
HISTORY, LOCATION



# Aus der Zeit – für die Zukunft

## From the Past – For the Future

Leipzig, Schnittpunkt zwischen Tradition und Moderne, sympathische Metropole im stärksten Wirtschaftsraum der neuen Bundesländer. Hier, mitten in der Stadt, erlebt das alte Handelskonzept der Höfe eine Renaissance: die Höfe am Brühl. In diesem Konzept verschmelzen Einkaufen und Entspannen, Flanieren und Staunen, Kommunizieren und Genießen in einem einzigartigen Raum-Erlebnis. Stylish, sexy, kundennah – das ideale Konsumambiente des 21. Jahrhunderts.

Where tradition and modern trends converge: Leipzig – a charming city at the heart of Germany's eastern economic powerhouse. Here in the center of the city, the historic concept of the retail courts (Höfe) is being revived and updated: the Höfe am Brühl. The concept effectively blends shopping and relaxation, strolling and browsing, chatting and enjoying a uniquely fascinating location. Stylish, sexy, with tremendous customer appeal – it's the perfect setting for 21st century shopping.



Brühlmesse um 1880  
Brühl fair around 1880



Die Fassade der Höfe  
The façades of the Höfe



Leipzig 1823



Faszinierendes Innendesign  
Fascinating interior design

# Facettenreich: Leipzig

## Multifaceted: Leipzig

Messeplatz, Universitätsstadt, Kunststadt, Wachstumsstadt. Leipzig ist angesagt. Das zeigt das jährliche Bevölkerungsplus von rund 4.000 Menschen, auch in den kommenden Jahren. Hier schlägt das Herz des stärksten Wirtschaftsraums der neuen Bundesländer mit einer Kaufkraft von rund 8,0 Mrd. Euro, angetrieben von innovativen Mittelständlern und starken Konzernen wie Porsche, Siemens, DHL oder BMW.

Trade fair location, university town, city of art, city of growth. Leipzig is in demand. A fact demonstrated by the annual population increase of some 4,000 people, a trend that is continuing. Boasting purchasing power of approximately 8 billion euros, it forms the heart of Germany's eastern economic powerhouse, driven by innovative, mid-sized businesses and global players such as Porsche, Siemens, DHL and BMW.



Panorama von Leipzig/Panorama of Leipzig

### Einzugsgebiet Leipzig/catchment area Leipzig



**1.128.000 Einwohner im Einzugsgebiet**  
1.128.000 Citizens in catchment area

- Zone I** Leipzig Kernbereich 503.000 EW  
Leipzig primary trade area 503.000 pop.
- Zone II** Leipzig nahes Umfeld 361.000 EW  
Leipzig secondary trade area 361.000 pop.
- Zone III** Leipzig Fernbereich 264.000 EW  
Leipzig tertiary trade area 264.000 pop.



Neues Rathaus/New Town Hall



Opernhaus/Opera



Logo der Leipziger Messe/Logotype of Leipzig Exhibition



Leipziger Messe/Leipzig Exhibition Center



Porsche Diamant/Porsche Diamond



Universität/University

# Im Bewusstsein: Der Brühl

## A Public Entity: The Brühl

Es ist eine der ältesten Straßen Leipzigs und ehemals auch die bedeutendste. Berühmt als Weltstraße der Pelze, begründete sie wesentlich den Ruf Leipzigs als Handelsmetropole. Heute ist das Tor zur nordwestlichen Innenstadt nach langem Dornröschenschlaf wieder erwacht – ein neuer alter Glanzpunkt im Herzen der Stadt.

One of Leipzig's oldest streets and formerly its most important thoroughfare. Leipzig owes much of its reputation as a trading center to the Brühl, once famed for being the world's "street of furs", now the gateway to the city center's northwest. The Brühl is being revived after years of slumber – positioned to take on a traditional landmark at the heart of the city.

### Bekannt, berühmt, beliebt/Familiar, famous, favored

#### Seit 1420/Since 1420:

- Weltstraße der Pelze  
World's street of furs
- Internationaler Treffpunkt von Handel, Kunst und Kultur  
International venue for trade, art and culture
- Messestandort für Rauchwaren, Tuch und Modehändler  
Fairpoint for furs, fabrics and fashion
- Enge Verknüpfung zwischen Gastronomie und Handel  
Close alignment between dining and trade

#### Roter & Weißer Löwe/Red & White Lion:

- Geburtshaus von Richard Wagner  
Richard Wagner's birthplace

#### Drey Schwanen/Drey Schwanen:

- Gründung des Gewandhausorchesters  
Formation of well-known Gewandhaus Orchestra

#### Schönkopfsches Haus/Schönkopfsches House:

- Goethes erste Liebe  
Goethe's first romance



Leipziger Messe/Fair Leipzig

Leipziger Pelzlager, 1862  
Leipzig Fur Storehouse, 1862

# Im Zentrum: Die Höfe am Brühl

## At the Hub: The Höfe am Brühl

Die Höfe am Brühl befinden sich in strategisch bester Innenstadtlage. An ihnen kommt niemand vorbei, und jeder kommt leicht hin, ob mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Auto direkt ins objekteneigene Parkhaus mit 820 Stellplätzen.

The Höfe am Brühl enjoy a strategic city center location that's second to none. It is impossible to ignore and easy to find – whether coming by public transport or by car, you can park directly in the mall's own car park featuring 820 spaces.



Innenstadt/City

© Staatsbetrieb Geobasisinformation und Vermessung Sachsen 2011

### Lagevorteile der Höfe am Brühl/ Legende

#### Location advantages of the "Höfe am Brühl" shopping centre/picture legend

- Höfe am Brühl/Höfe am Brühl**
  - mitten in der City von Leipzig gelegen, mit 8 Eingängen und 4 verschiedenen Hofkonzepten
  - located in the heart of Leipzig, with 8 entrances and 4 different courtyard concepts
- Parkhaus-Einfahrt/Multi-storey car-park entrance**
  - 820 Parkplätze im 2. und 3. OG
  - Autobrücken verbinden beide Bauteile
  - 820 parking spaces on the 2nd and 3rd levels
  - bridges for cars connect the two parts of the building
- Straßenbahnhaltestelle „Goerdelerling“ am Brühl**  
Tram station „Goerdelerling“ at the Brühl
  - direkt vor dem Eingang gelegen mit 30.000 Ein- und Umsteigern täglich
  - located directly in front of the entrance with 30,000 passengers boarding and transferring here every day
- Hauptbahnhof/Main train station**
  - als zentraler Verkehrsknotenpunkt
  - as the central transport hub
- City-Ring/City-Ring**
  - als Hauptverkehrsweg um die Innenstadt und gleichzeitig imaginäre Grenze für fußläufige Shopping-Kunden
  - main traffic route around the city center and the scenic route for shopping customers on foot
- U-Bahn-Station/Subway Station**
  - Eröffnung ca. 2013 im Zuge der Fertigstellung des City-Tunnels
  - potentielle Neukunden aus umliegenden Einzugsgebieten
  - opening around 2013 following the completion of the city tunnel
  - potential new customers from surrounding catchment areas
- Katharinenstraße/ Reichsstraße**
  - Verbindungswege zwischen den Höfen am Brühl und der heutigen Fußgängerzone (Grimmaische Straße und Petersstraße)
  - dadurch optische Sichtbarkeit des Centers aus allen Richtungen der Stadt kommend
  - connecting between the Höfe am Brühl and today's pedestrian zone (Grimmaische Straße and Petersstraße)
  - resulting visibility of the center coming from all directions of the city

# KONZEPT CONCEPT

PHILOSOPHIE,  
FASSADEN, THEMENHÖFE  
PHILOSOPHY,  
FAÇADES,  
THEMED COURTYARDS



# Die Höfe am Brühl: Erleben genießen

## The Höfe am Brühl: An Experience to Enjoy

Mehr als nur ein innerstädtisches Shoppingcenter: ein neuer Erlebnisraum, der sich harmonisch in den Stadtkörper integriert. Gegliederte Fassaden, einladende Passagen und lichtdurchflutete Themenhöfe schaffen eine interessante, ungezwungene Atmosphäre. Die Einbindung traditioneller Elemente bringt Sympathie und Vertrautheit. Ein modernes Gesamtkonzept, das sich in jeder Hinsicht an den Menschen orientiert – und sie so in beste Kauflaune versetzt.

More than just another urban shopping mall, it's a whole new shopping experience! One that blends easily into its surroundings. Structured façades, inviting arcades and themed courtyards flooded with light create an atmosphere that's intriguingly relaxed. The integration of traditional elements adds to its appeal and the sense of familiarity. A contemporary concept that is completely geared toward consumers – and that aims to put them in the best shopping mood.





# Menschlich modern: Das Fassadenkonzept

## Appealingly Modern: The Façade Concept

Wie ein herzliches Willkommen wirkt der Gebäudekomplex auf den Besucher – ein gegliedertes Ensemble statt Einheitsblock. Dazu kommen neben der Aluminiumfassade des ehemaligen Kaufhauses „Konsument“ vier weitere Fassadentypen zum Einsatz. Insgesamt entstehen so 28 verschiedene Einheiten, im Maßstab angepasst an die historische Innenstadt. Das ist Architektur mit menschlichem Gesicht, freundlich, einladend, interessant.

The entire complex is designed to give visitors a hearty welcome – a structured ensemble of buildings rather than a single block. In addition to the aluminium façade of the former “Konsument” department store, four additional façade types have been used, thus creating a total of 28 different units, designed to harmonize with the scale of Leipzig’s historic city center. It is architecture at its most human, friendly, inviting and fascinating form.



## „Blehbüchse“

### „Tin Can“



Das Kaufhaus „Konsument“, im Volksmund liebevoll „Blehbüchse“ genannt, feiert seine Wiedergeburt. Mit aufwendig restaurierter, denkmalgeschützter Fassade und neuem Innenleben bildet es den Abschluss des Komplexes zum Richard-Wagner-Platz – eine gelungene Einbindung der Geschichte, die den Höfen am Brühl die Sympathien der Leipziger sichert.

The “Konsument” department store, known locally as the “tin can”, is celebrating its comeback. With its lovingly restored façade and new interior, it links the mall to Richard Wagner Platz – a stunning integration of local history that is guaranteed to make Leipzig hearts warm to the Höfe am Brühl.

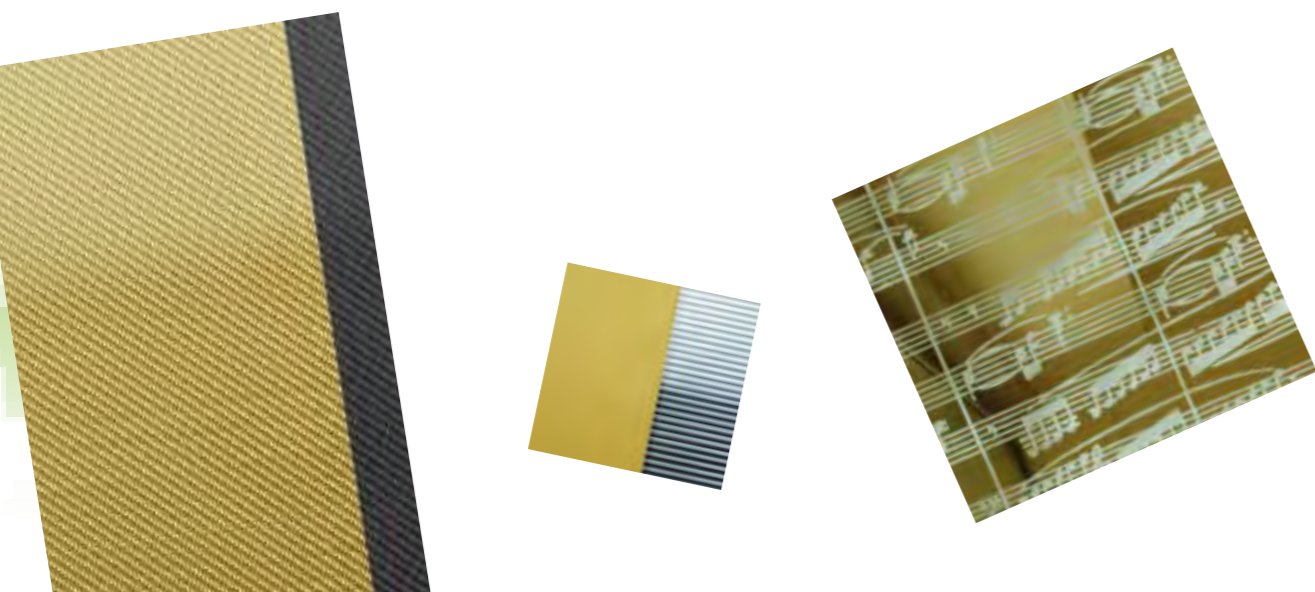
# Goldfassade/Steinlamelle

## Gold Façade/Stone Slats



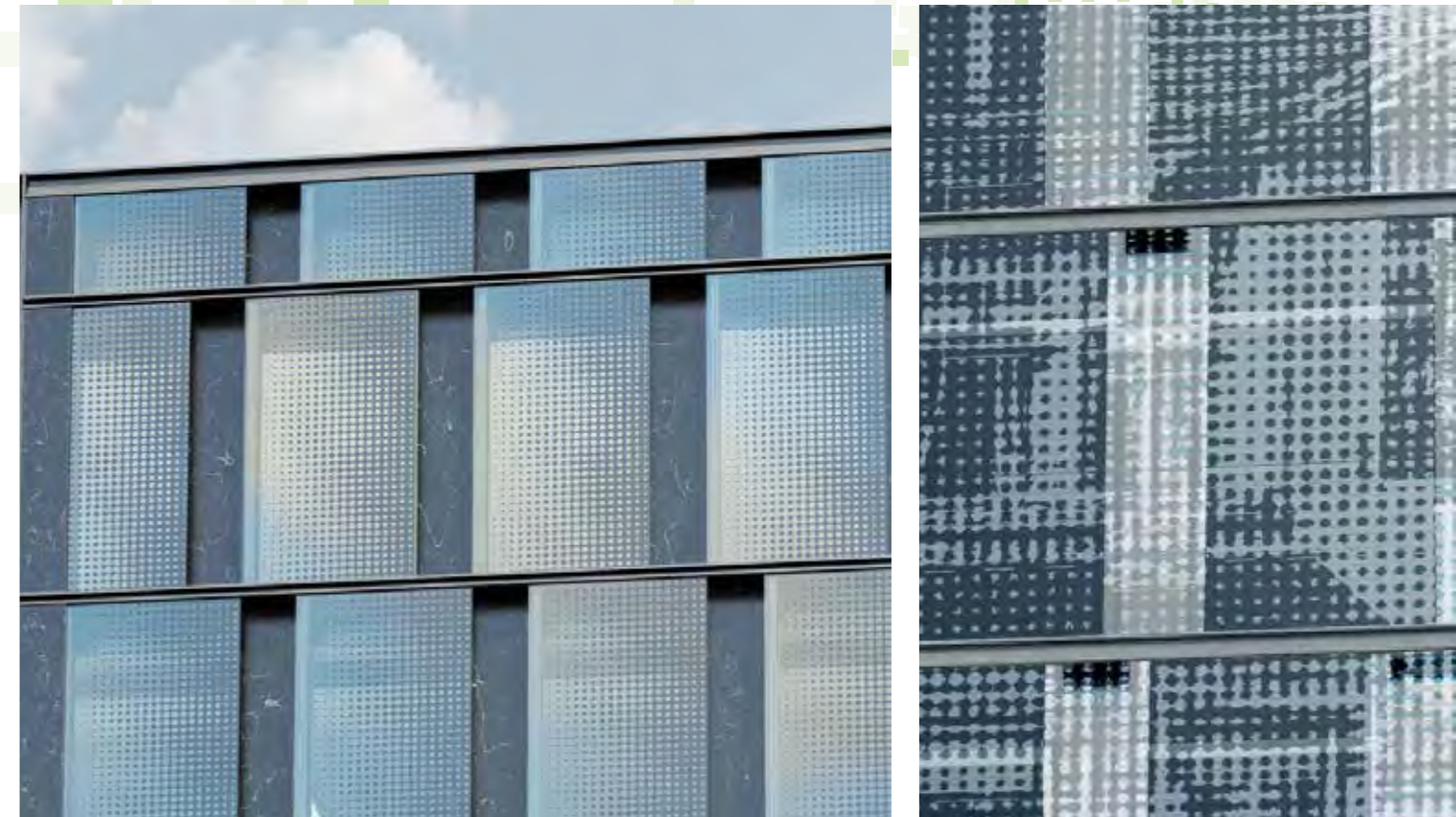
Die Glaselementfassade mit goldener Bedruckung betont den edlen Charakter der Höfe am Brühl, die Naturstein-Lamellenfassaden schaffen ein dezent vornehmes Bild.

The glass element façade, embossed in gold, emphasizes the exclusivity of the Höfe am Brühl, while the façades featuring natural stone slats give an impression of understated elegance.



# Schwarze Fassade/Stein

## Black Façade/Stone



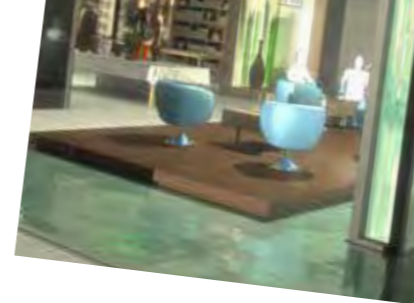
Schwarze Fassaden werden in zwei Varianten eingesetzt: als Glaselementfassade mit Natursteinpaneelen und als Glaselementfassade mit grauer Motivbedruckung. Letztere zeigen z. B. historische Bauten und Persönlichkeiten Leipzigs.

Two different types of black façades have been used: glass element façades with natural stone panels and embossed with grey motifs. The latter show historic Leipzig buildings and local historic figures.



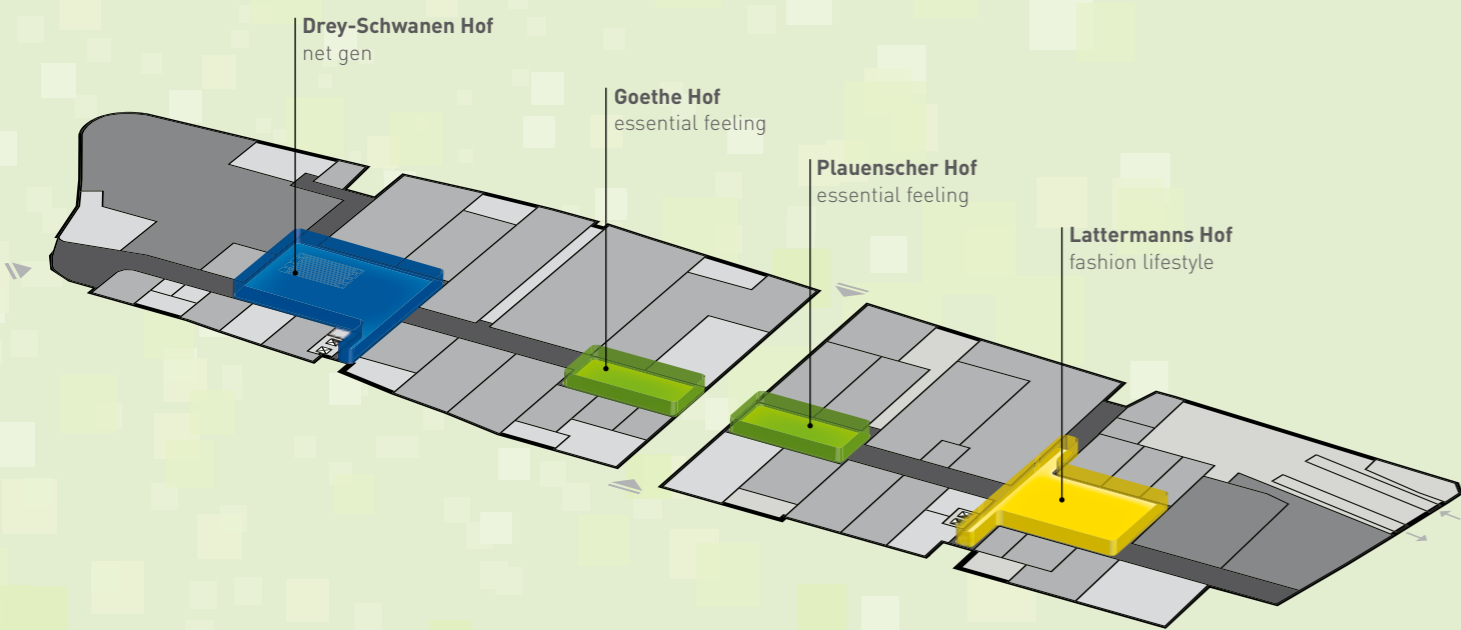
# Licht und Leben – Die Themenhöfe

## Light and Life – The Themed Courtyards



Platz für Begegnungen, Raum für Inszenierungen: Das Konzept der Themenhöfe ist der Kern der Höfe am Brühl. Insgesamt vier Lichthöfe repräsentieren drei verschiedene Stilwelten und schaffen so eine einzigartige Aura, deren Strahlkraft weit über Leipzig hinaus wirkt.

Meetings and events spaces and the themed courtyard concept form the core of the Höfe am Brühl. A total of four courtyards flooded with light represent three distinct styles and thus create a unique atmosphere that is guaranteed to have an impact far beyond Leipzig.



### Sinn und Synergie: Die Mieter

Aktiver Bestandteil der Themenhöfe sind die Mieter. Sie nehmen in ihrem Shop- und Beleuchtungskonzept bzw. mit dem Gastrokonzept das Gestaltungsthema auf und prägen dadurch die Wirkung der Stilwelten synergetisch mit.

### Das Innenkonzept basiert auf folgender Aufteilung

■ <b>Drey-Schwanen Hof</b>	net gen	Trends, Events, Multimedia, Szenetreff
■ <b>Goethe Hof und Plauenscher Hof</b>	essential feeling	Wohlfühlen, Entspannen, Sinnesräume
■ <b>Lattermanns Hof</b>	fashion lifestyle	Fashion, Glamour, stylisches Ambiente

### Sense and synergy: the retailers

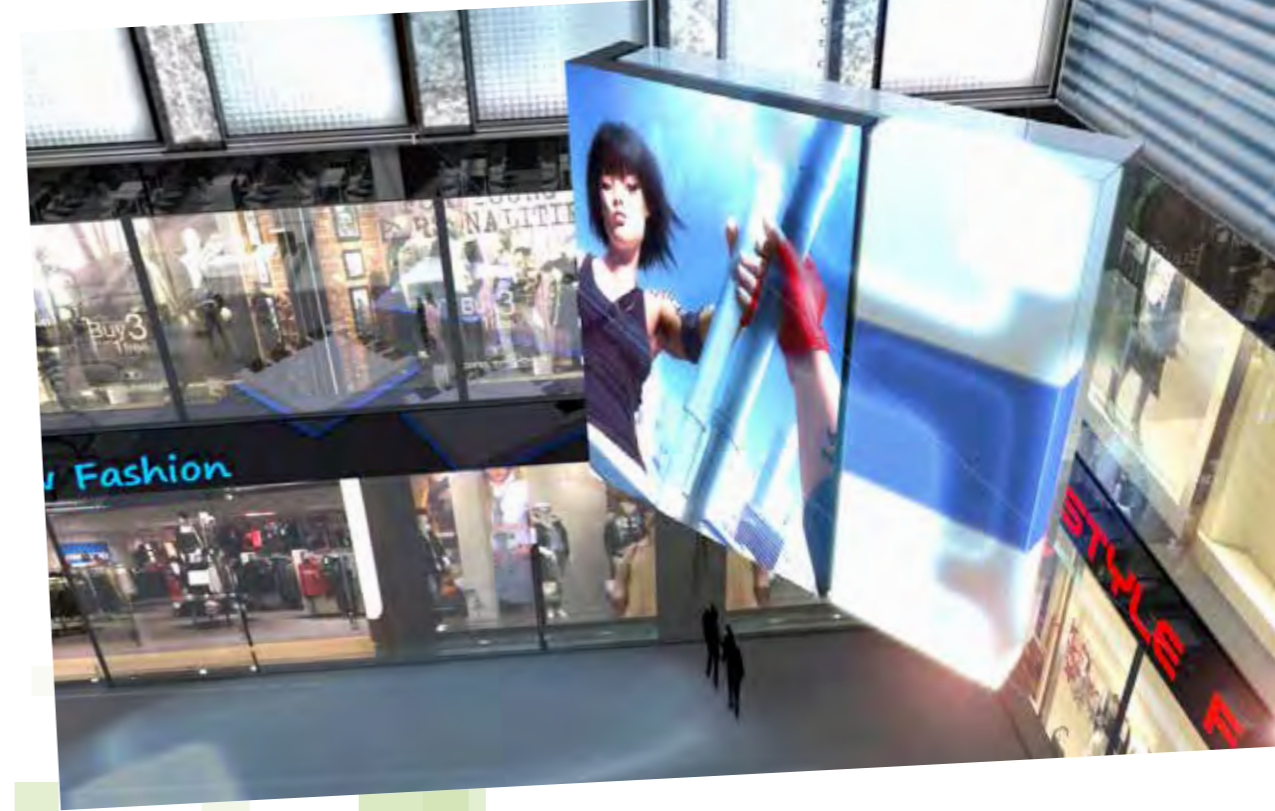
One active element of the themed courtyards is the retailers. They pick up on the design concept in their own interior, lighting and/or dining concept, thus having a synergy of fashion and design.

### The interior concept is based on the following structure

■ <b>Drey-Schwanen Hof</b>	net gen	trends, events, multimedia, in-crowd venue
■ <b>Goethe Hof and Plauenscher Hof</b>	essential feeling	feeling good, relaxing, sensory stimulation
■ <b>Lattermanns Hof</b>	fashion lifestyle	fashion, glamour, stylish atmosphere

# Drey-Schwanen Hof – net gen

## Drey-Schwanen Hof – net gen



**Internet, Interaktion, Information:** Das ist die Welt der Net-Gener. Die abgehängte Media-Wall und weitere großflächige Displays inszenieren den ständigen Austausch über die angesagten Themen. Dazu passend die coole Ausstattung dieses Szenetreffs: weiße Sitzelemente und multifunktional einsetzbare Podeste, untermalt von blauem Footlight. Die Fahrtreppe: eine Skulptur. Wechselnde Lichtprojektionen verwandeln den Hof in eine Bühne. Offline/online, leben/shoppen, innen/außen – hier fließen die Grenzen.

**Internet, Interaction, Information:** That's the world of the net gens. A suspended media wall and other large format displays present a constant flow of information on popular topics. The unique appearance of this in-crowd venue is spot on! White seating elements and multifunctional platforms are backlit with blue footlights. The escalator: a sculpture. Changing light projections transform the courtyard into a stage. Offline/online, living/shopping, inside/outside – here there are no distinctions.



### Beispiele net gen

Die Mieter nehmen mit ihrem Shop- und Beleuchtungskonzept das Gestaltungsthema auf und bilden einen festen Bestandteil der Themeninszenierung der Höfe.

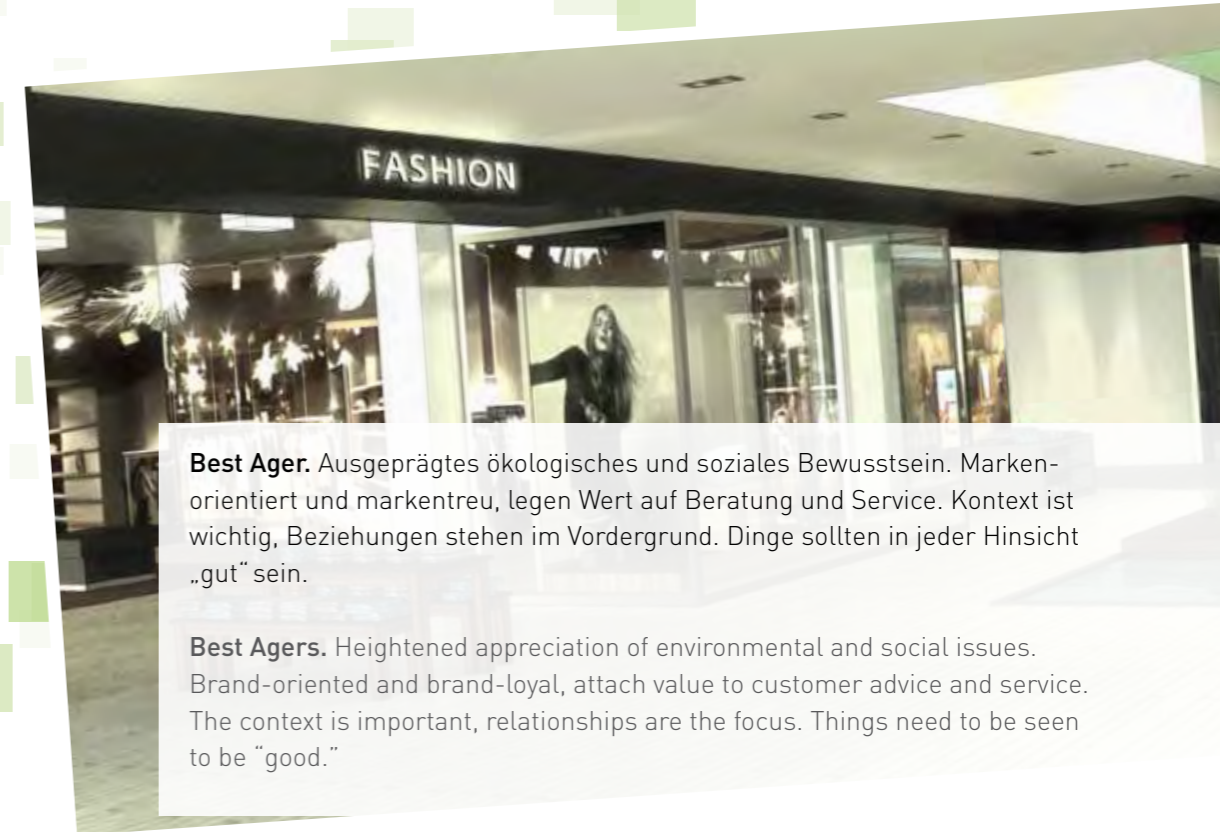
### Net gen examples

The tenants pick up on the theme in their interior and lighting concepts to become a permanent feature of the themed courtyard setting.

# Goethe Hof und Plauenscher Hof

## Essential Feeling

### Goethe Hof and Plauenscher Hof Essential Feeling



**Best Ager.** Ausgeprägtes ökologisches und soziales Bewusstsein. Markenorientiert und markentreu, legen Wert auf Beratung und Service. Kontext ist wichtig, Beziehungen stehen im Vordergrund. Dinge sollten in jeder Hinsicht „gut“ sein.

**Best Agers.** Heightened appreciation of environmental and social issues. Brand-oriented and brand-loyal, attach value to customer advice and service. The context is important, relationships are the focus. Things need to be seen to be “good.”

**Entspannung, Entschleunigung:** Willkommen in der Welt der Best Ager. Ein Wasserbecken mit Sitzinsel lädt im Basement des Goethe Hof zum Verweilen ein, daraus ragt eine Wasserwand hinauf bis ins Obergeschoss. Im Plauenschen Hof wächst eine Grünwand neben der Sitzterrasse in die Höhe. Laufflächen in Naturstein, Fahrtreppen in Echtholzverkleidung – hier atmet alles den Geist von Authentizität und Harmonie.

**Relaxation, deceleration:** Welcome to the world of the best agers. In the Goethe Hof basement, a pool with island seating invites shoppers to linger, while a water wall towers up to the upper floor. In the Plauenscher Hof a foliage wall grows up above a terrace set out with seating. Paths made of natural stone, escalators with real wood veneer – here everything oozes a sense of authenticity and harmony.



**Beispiele essential feeling**  
Die Mieter nehmen mit ihrem Shop- und Beleuchtungskonzept das Gestaltungsthema auf und bilden einen festen Bestandteil der Themeninszenierung der Höfe.

**Examples of essential feeling**  
The tenants pick up on the theme in their interior and lighting concepts to become a permanent feature of the themed courtyard setting.

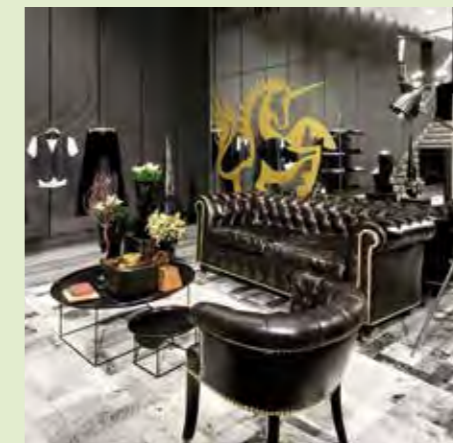
# Lattermanns Hof – Fashion Lifestyle

## Lattermanns Hof – Fashion Lifestyle



Der Style bestimmt das Sein. Mit diesem Bewusstsein betritt der Lifestyler seine Welt im Lattermanns Hof: eine glamouröse Inszenierung mit Bodenintarsien in Bronze, Silber und Gold, voluminösen Lichtobjekten, illuminierten Deckenbmalungen und goldenen Stilikonen. In exponierten Vitrinen werden die aktuellen Looks als komplettes Styling präsentiert. Über Medienstelen und Internet-Plätze informieren die Mieter über ihre aktuellen Themen. Kurz: das perfekte Ambiente für Fashion-Addicts.

Style determines being. With this perception, the lifestyle element enters the world of Lattermanns Hof, a glamorous setting featuring floor parquetry in bronze, silver and gold, outsized lamps, illuminated ceiling frescoes and golden style icons. The latest looks are presented in display cases to complete the stylish impression. The tenants may inform shoppers of their latest offers via media columns and Internet access points. In short, the perfect address for fashionistas.



### Beispiele fashion lifestyle

Die Mieter nehmen mit ihrem Shop- und Beleuchtungskonzept das Gestaltungsthema auf und bilden einen festen Bestandteil der Themeninszenierung der Höfe.

### Examples fashion lifestyle

The tenants pick up on the theme in their interior and lighting concepts to become a permanent feature of the themed courtyard setting.

# INNENARCHITEKTUR INTERIOR DESIGN

EINGÄNGE, GASSEN,  
KUNDENFLURE,  
SERVICEBEREICHE  
ENTRANCES, ARCADES,  
HALLS, SERVICE AREAS



## Eingänge

Transparent und durchlässig, wirken die insgesamt acht Eingänge wie ein stetiges Willkommen mit unwiderstehlicher Sogwirkung.

## Entrances

Transparent and open, the eight entrances welcome visitors with open arms – for an appeal that is almost impossible to resist.

## Gassen

Die Gassen verbinden die Themenhöfe und Hauptportale. Sie dienen den Besuchern als Passage und Ruhezone und den angrenzenden Mietern als Showroom.

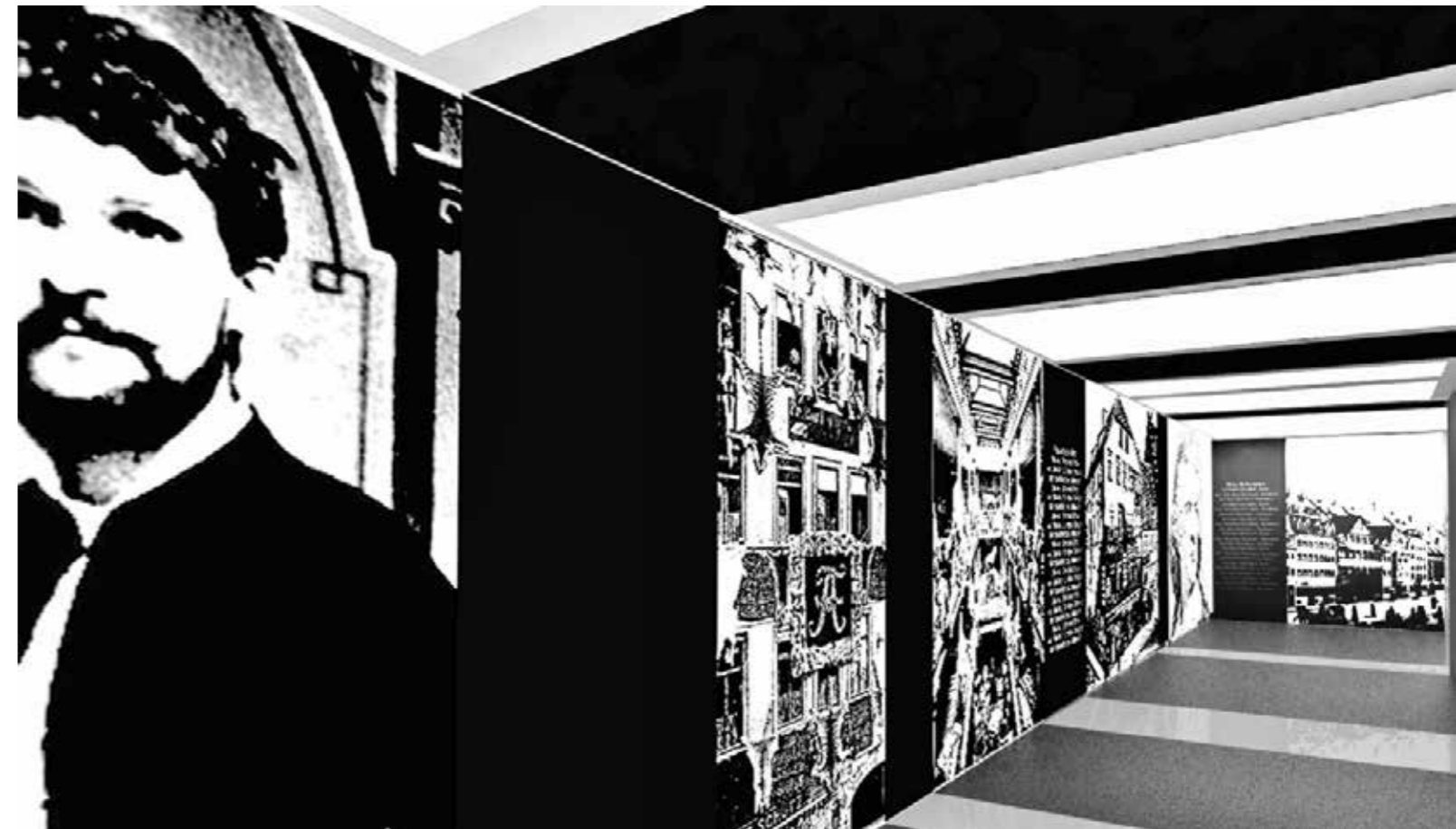
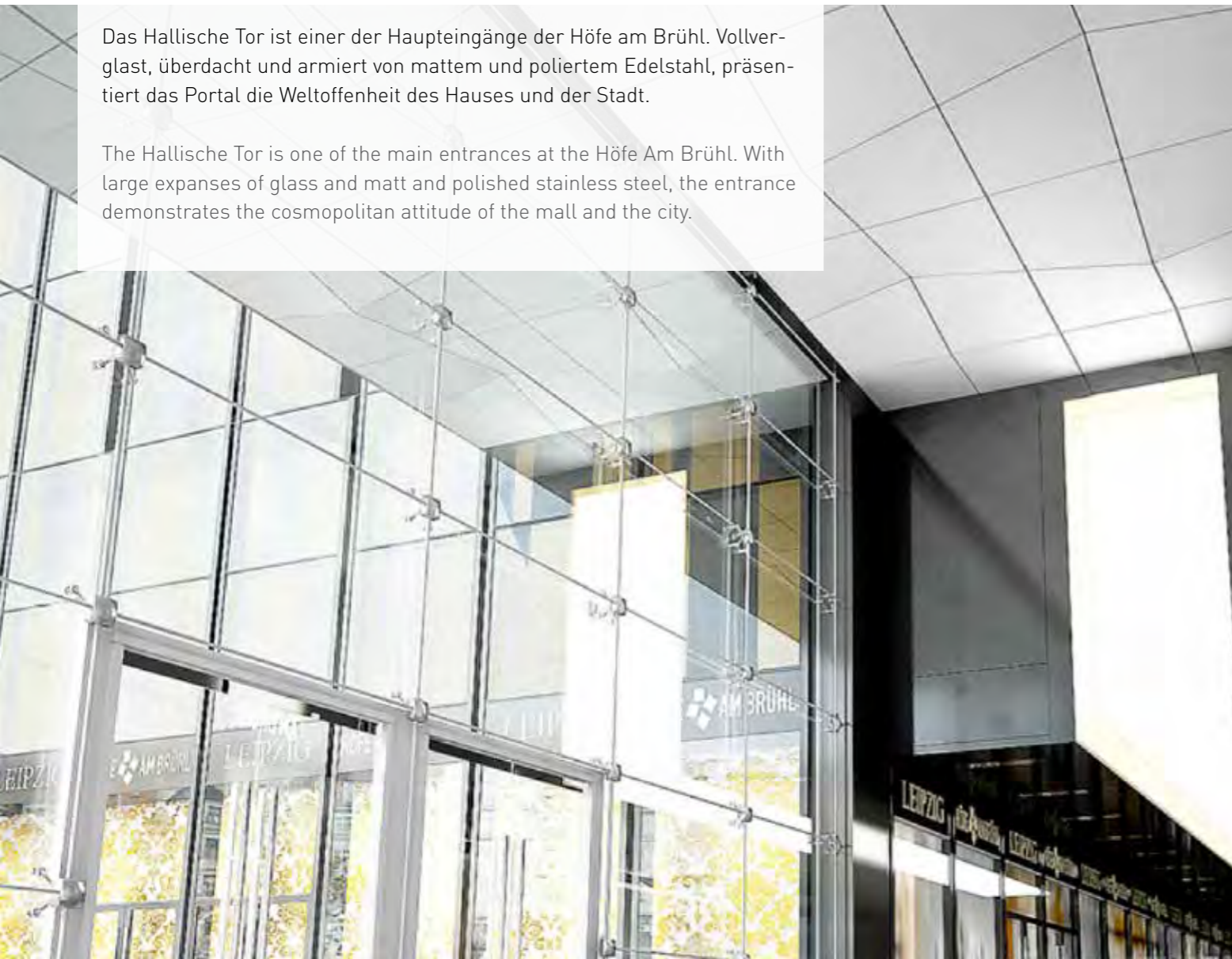
## Arcades

The arcades connect the themed courtyards with the main entrances. They serve as thoroughfares and resting areas for shoppers and as a showroom for mall retailers.



Das Hallische Tor ist einer der Haupteingänge der Höfe am Brühl. Vollverglast, überdacht und armiert von mattem und poliertem Edelstahl, präsentiert das Portal die Weltoffenheit des Hauses und der Stadt.

The Hallische Tor is one of the main entrances at the Höfe Am Brühl. With large expanses of glass and matt and polished stainless steel, the entrance demonstrates the cosmopolitan attitude of the mall and the city.





**Kundenflure**

Geschichte zum Anfassen und Nachlesen: Die Kundenflure präsentieren historische Persönlichkeiten Leipzigs auf interessante und stilvolle Weise.

**Halls**

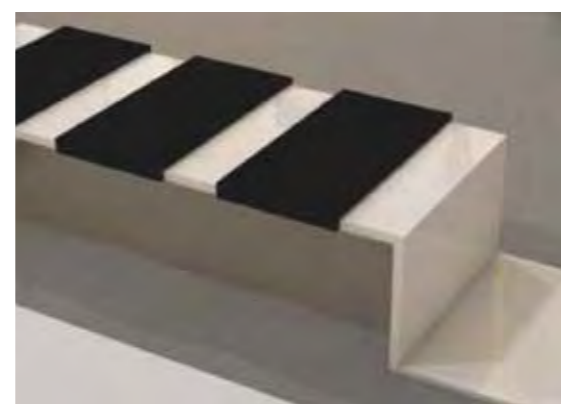
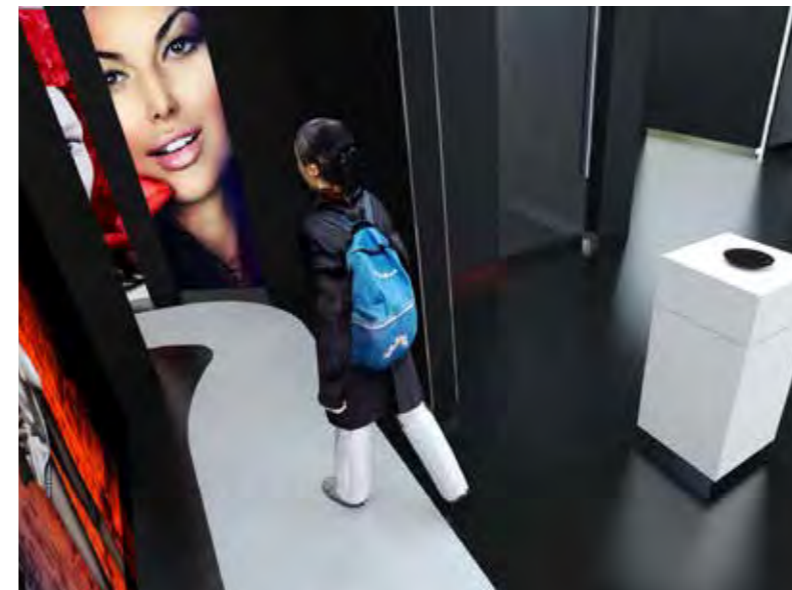
History to read, touch and appreciate, the halls present historical figures of the city of Leipzig in an appealing and stylish manner.

**Servicebereiche**

Die stilvolle Wohlfühlatmosphäre der Höfe am Brühl findet auch in den intimsten Räumlichkeiten ihre konsequente Fortsetzung.

**Service areas**

Even the smallest rooms in the mall consistently reflect the stylish, feel-good atmosphere of the Höfe am Brühl.



# DATEN & FAKTEN FACTS & FIGURES &

VERMIETUNGSKONZEPT  
RENTAL CONCEPT



# Maßgeschneidert: Ihre Fläche

## Tailor Made: Your Space

**Hier sind Sie richtig.** Denn Sie erhalten eine Fläche, die in Größe und Zuschnitt exakt auf Ihre Marke, Ihren Umsatz, Ihre Kundschaft und Ihre Wettbewerbssituation abgestimmt ist. Möglich wird dies durch die flexible und hochwertige Bauweise. Dazu sorgen ein attraktiver Mietermix und die gezielte Platzierung der Magnetmieter für hohe Anziehungskraft – und machen die Höfe am Brühl zu Ihrem Platz für gute Geschäfte.

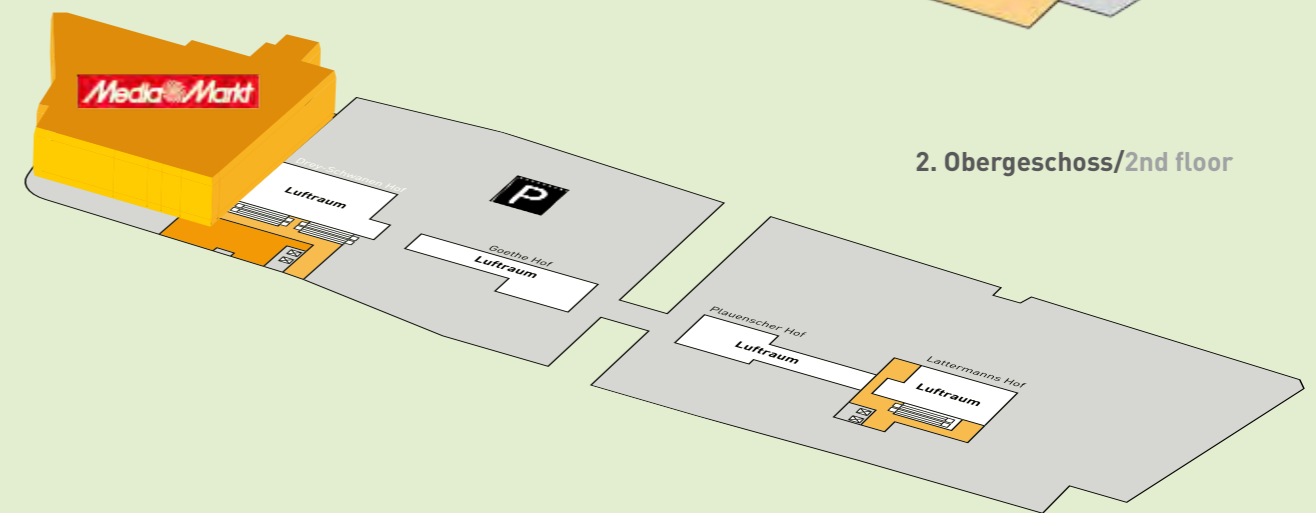
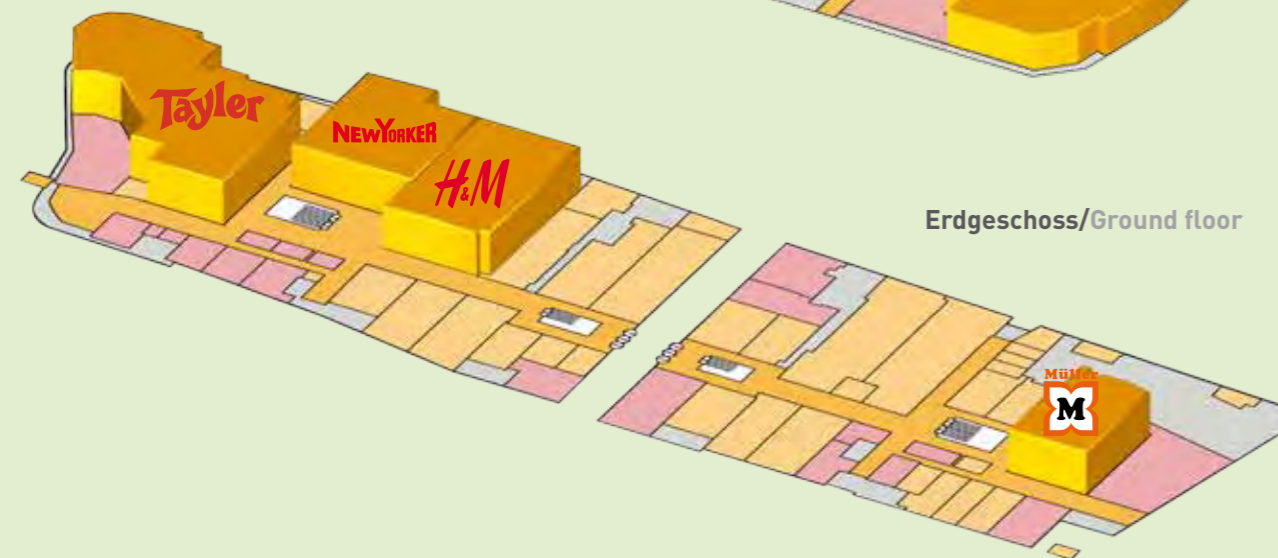
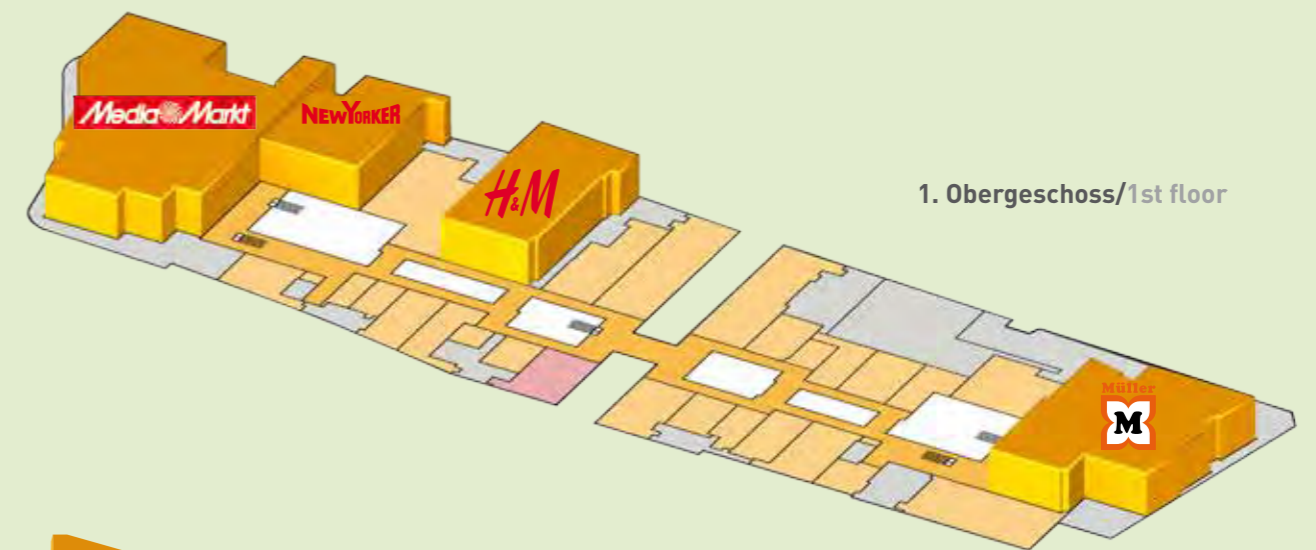
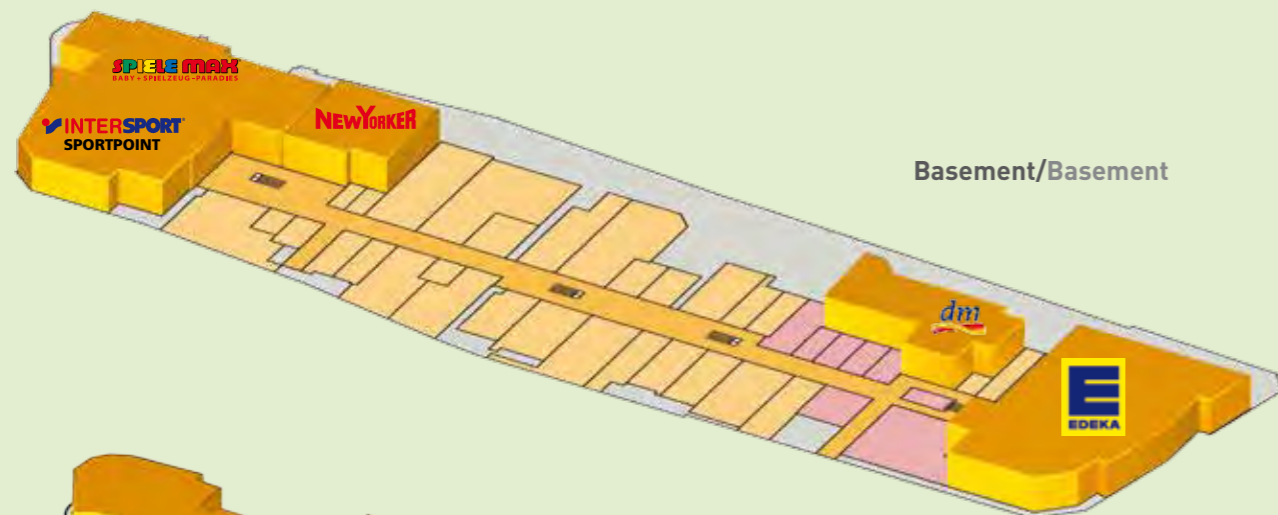
**You've come to the right place.** After all, we can provide you with an outlet that is exactly tailored, by virtue of its size and design, to your brand, your turnover, your customers and your competitive status. The use of versatile and high quality construction methods make it possible. Plus, factor in an attractive blend of tenants and the targeted placement of destination retailers for major appeal – and the Höfe am Brühl are certain to be good for your business.

Handel  
Retail

Mall

Ankermieter  
Anchor tenants

Gastronomie  
Dining



# Die Fakten für Ihre Entscheidung

## The Facts at your Fingertips

Vermietungsbüro  
Ingo Klockmann  
Richard-Wagner-Platz 1  
04109 Leipzig  
mobil: + 49 (0) 173 / 252 08 03  
fon: + 49 (0) 341 / 337 333 13  
mail: i.klockmann@mfi.eu

### Kennzahlen im Überblick/Overview: Key Figures

Einzugsgebiet/catchment area		Objekt/property	
Einwohnerzahl Leipzig Citizens Leipzig	503.000 EW	EH-Geschosse/Retail floors	4
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet Citizens in catchment area	1.128.000 EW	Anzahl Shops/Number of outlets	ca./approx. 130
Zone 1 Kernbereich/Zone 1 primary trade area	503.000 EW	Parkplätze/Parking spaces	ca./approx. 820
Zone 2 nahes Umfeld/Zone 2 secondary trade area	361.000 EW	Verkaufsfläche inkl. Gastronomie und Dienstleistung Selling space incl. gastronomy and services	44.400 m <sup>2</sup>
Zone 3 Fernbereich/Zone 3 tertiary trade area	264.000 EW		
Kaufkraft in Mrd. Euro/Purchasing power in billions of euros	8,0		
Zentralitätsziffer/Centrality index	110,0		



ERÖFFNUNG IM  
HERBST 2012  
OPENING IN  
AUTUMN 2012

**mfi**

mfi management für immobilien AG  
Bamlerstraße 1  
45141 Essen  
fon: + 49 (0) 201 / 820 810  
fax: + 49 (0) 201 / 820 81 11  
mail: mfi.essen@mfi.eu