STUTTGART

COLLIERS BRÄUTIGAM & KRÄMER

IMMOBILIENREPORT EINZELHANDEL 2013

METROPOLREGION STUTTGART

Colliers INTERNATIONAL

VORWORT DER LANDESHAUPTSTADT STUTTGART

Stuttgart ist Deutschlands Hauptstadt der Nachhaltigkeit. Das zeigt eine Untersuchung der Wirtschaftswoche. Dafür wurden die 50 größten deutschen Städte mittels 56 ökologischer und sozialökonomischer Kriterien unter die Lupe genommen. Stuttgart erzielt durchweg überdurchschnittliche Werte und nimmt so den ersten Platz ein.

Stuttgart ist Deutschlands Kulturhauptstadt. Zu diesem Ergebnis kommt das Welt-Wirtschaftsinstitut in Hamburg (HWWI). Unter den 30 größten deutschen Städten hat die Landeshauptstadt die beste Kulturinfrastruktur und die höchste Kulturnachfrage. Mehr als sechs Prozent aller in Stuttgart Beschäftigten arbeiten laut Studie in der Kulturwirtschaft. Dies ist unter den untersuchten 30 Städten einzigartig.

Einmal mehr bestätigen diese Rankings: Stuttgart ist eine Stadt voller Innovationen und Ideen. Geht es um Investitionen, Produktivität, Dienstleistungen, Kreativität, Einzelhandelsumsätze, Freizeitgestaltung oder städtebauliche Entwicklungen, gehört Stuttgart zu den aktivsten und attraktivsten Städten Europas. Zugleich zählt die Stadt zu den Standorten, an denen sich Investitionen nachweislich langfristig und nachhaltig lohnen.

Hinter der wirtschaftlichen Stärke Stuttgarts stehen erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer. Sie tragen mit ihrer Tatkraft und ihren pfiffigen Ideen dazu bei, dass die Menschen hier gerne einkaufen, arbeiten und leben. Die Bindung der Unternehmen an den Standort ist hierbei von elementarer Bedeutung. Eine Kernaufgabe der Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt ist es daher, auf die Flächenpolitik der Stadt einzuwirken und veränderten wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedürfnissen mit adäquaten städtebaulichen Lösungen, wie beispielsweise Verdichtung und Revitalisierung von Brachflächen, Rechnung zu tragen.

Oberstes Ziel städtischer Wirtschaftsförderung ist die Förderung der wirtschaftlichen Dynamik. „Bauen“ ist immer ein Ausdruck von Innovation, Veränderung und Entwicklung und steht für Lebendigkeit sowie für Fortschritt. Investitionen können als wesentliche Indizien für eine gesunde und intakte Wirtschaft gewertet werden. Die Voraussetzungen hierfür schafft die Landeshauptstadt beispielsweise mit ihren Investitionen in Infrastrukturmaßnahmen, Bildung, Kinder- und Jugendfreundlichkeit. Die zahlreichen Bauaktivitäten verleihen der Stadt an vielen Standorten ein neues Gesicht und stellen zahlreiche Weichen für Stuttgarts Zukunft.

Ist der Wirtschaftsstandort anziehend, finden die Investoren auch ihre Mieter. Und Stuttgart verfügt über ein gutes wirtschaftliches Leistungsvermögen. Um für den internationalen Städtewettbewerb bestens gerüstet zu sein, bieten zudem drei Wachstumsfelder für die städtebaulichen und ökonomischen Entwicklungen Stuttgarts neues Potenzial: nachhaltige Technologien, Stadt(er-)leben und Wissen für morgen. Dabei werden insbesondere die Bereiche nachhaltiges Bauen und Mobilität, Bildung, Kreativwirtschaft, Tourismus und Einzelhandel die Schwerpunkte sein, um Stuttgarts Position weiter zu stärken.

Insgesamt steht der Standort Stuttgart seit Jahren konstant für verlässliche und sichere Investitionen und wird dies auch in Zukunft tun.

An dieser Stelle möchten wir ganz herzlich den Einzelhandelsexperten von Colliers Bräutigam & Krämer danken, die mit dieser praktizierten „Public Partnership“ die Neuauflage dieser Publikation ermöglicht haben.

Ines Aufrecht
Leiterin der Wirtschaftsförderung,
Landeshauptstadt Stuttgart

STUTTGART

LEISTUNGSSPEKTRUM

PROJEKTENTWICKLUNSGBERATUNG

- Handelsrelevante Funktionsplanung
- Definition von Konzeptinhalten (Ankerkonzepte, Branchenmix, Marken etc.)
- Ausarbeitung der optimalen Vermarktungsstrategie
- Umsetzung der Konzeptidee durch Mieterakquisition
- Vollständige und zeitgerechte Vermietung
- Schnittstellendefinition
- Transaktionsberatung und Investmentplatzierung

EINZELHANDELSVERMIETUNG

- Standortqualifizierung
- Mietpreisvergleich und -einwertung
- Expansionsunterstützung für Filialisten
- Auswahl lokaler und filialisierter Handelskonzepte
- Lokales Insiderwissen durch langjährige Marktpräsenz
- Internationaler Marktzugang durch globales Colliers-Netzwerk
- Mietvertragsberatung

INVESTMENT

- An- und Verkaufsberatung von Einzelhandels-, Büro- und Spezialimmobilien sowie Wohn- und Geschäftshäusern
- Vermittlung bundesweiter Immobilienportfolios
- Strukturierung und Lenkung des Verkaufsprozesses
- Revisionssichere Abwicklung
- Sale-and-lease-back-Transaktionen
- Analyse des Wertsteigerungspotenzials von Immobilien
- Bewertung nach deutschen und internationalen Standards

RETAIL-CONSULTING

- Analyse von Neubauprojekten und Bestandsobjekten
- Ganzheitliche Betrachtung der projekt- bzw. objektspezifischen Anforderungen
- Planung, Visualisierung und Umsetzung von Umstrukturierungsprozessen
- Akquisition und Verhandlungsführung in der Erst- und Anschlussvermietung
- Interdisziplinäre Teams für komplexe Aufgabenstellungen
- Centervermietung
- Miet- und Verkaufswertgutachten

EDITORIAL

Königstraße, Schulstraße, Calwer Straße, Stiftstraße – Standorte in Stuttgarts Zentrum stehen ebenso hoch im Kurs wie sie rar sind. Dabei hat die baden-württembergische Hauptstadt durchaus spannende Alternativen zu bieten. Quartiersentwicklungen als Verlängerung der Fußgängerzone haben Nebenlagen aus dem Nischendasein befreit und geschickt mit den etablierten Einkaufsadressen verbunden. Dazu zählen das Postquartier, der Kronprinzbau, das Bülow-Carré und – als größtes gemischtgenutztes Objekt – das GERBER. Projekte, zu deren Gelingen wir durch Grundstück-Arrondierung, Aufstellung des Branchenmixes und Vermietung beitragen durften. Wir freuen uns über das Vertrauen, das unsere Auftraggeber in uns setzen genauso wie über die nationalen und internationalen Interessenten, die in Stuttgart und der Metropolregion einen Standort suchen.

Gerade dieser Entwicklung ist es zu verdanken, dass Stuttgart heute in einem Atemzug mit Städten wie Berlin, Hamburg und München genannt wird, wenn es internationalen Handelsunternehmen darum geht, im deutschen Markt Fuß zu fassen. Denn nach wie vor bietet der polyzentrische deutsche Markt mit seinen Metropolen für Einzelhändler exzellente Ertragschancen.

Weltweit vernetzt, beschäftigt sich Colliers Bräutigam & Krämer seit 1996 mit dem Aufbau und Ausbau von Handelsstandorten. Genauso lange stellen wir Ihnen in unserem Immobilienreport regelmäßig aktuelle Entwicklungen im Einzelhandel vor. Unser Team ist mit den Ansprüchen im Markt weiter gewachsen, der Einzelhandel ist globaler geworden. Das haben wir zum Anlass genommen, den Auftritt unseres Immobilienreports anzupassen. Informativ begleitet er bei der schnellen Suche nach Daten und weitergehenden Fragen. Sie werden sehen: Auch in diesem Jahr stehen wir mit unserem Namen für Visionen und die Tragfähigkeit unserer Konzepte.

Wir freuen uns darauf, mit Ihnen ins Gespräch zu kommen.

Herzlichst,

Michael Bräutigam | Martin Klöble | Frank Leukhardt | Volker T. Krämer

Die Geschäftsführung von Colliers Bräutigam & Krämer: (v.l.n.r.) Michael Bräutigam, Martin Klöble, Frank Leukhardt und Volker T. Krämer

INHALT

03

INTRO

Vorwort der Landeshauptstadt Stuttgart 3

Leistungsspektrum 4

Editorial 5

08

DIE MACHER

Kompetenz trifft auf Motivation 9

Das GERBER 10

Stadt, Handel, Colliers 15
Das Colliers Bräutigam & Krämer Team im Gespräch

18

EINZELHANDELSMOTOR STUTTGART

Zugpferd für die ganze Region 19

Der Stuttgarter Einzelhandel im Überblick 20

26

TOPLAGEN

Spitzenreiter und Alternativen 27

Königstraße 28

Stiftstraße, Kirchstraße, Sporerstraße, Marktplatz 30

Calwer Straße, Kienestraße, Kronprinzstraße, Büchsenstraße 32

Schulstraße, Hirschstraße, Eberhardstraße 34

Tübinger Straße, Sophienstraße, Marienstraße 36

Bolzstraße, Lautenschlagerstraße, Kronenstraße 38

40

STADTGESPRÄCHE

Die Chancen des Wandels 40
Architekt Dieter Blocher im Interview

Die Kunst des Miteinanders 41
Konzeptkünstler Nikolaus Koliusis im Interview

42

STADTTEILE

Der Reiz der Vielseitigkeit 43

Bad Cannstatt, Marktstraße 44
Feuerbach, Stuttgarter Straße 46
Sillenbuch, Kirchheimer Straße 47
Weilimdorf, Löwen-Markt 48
Degerloch, Epplestraße 49
Vaihingen, Vaihinger Markt 50
Zuffenhausen, Unterländer Straße 51

52

PROJEKTENTWICKLUNG UND VERMIETUNG

Gemeinsam Zukunft gestalten **53**

Colliers in der Stuttgarter Innenstadt **54**

Postquartier 56
Phoenixbau 58
Kronprinzbau 60
's Zentrum 62
Das Weiße Haus 63
Bülow-Carré 64
Killesberghöhe 66

68

VERMIETUNG

Horsch Schuhe 68
7 For All Mankind 68
s.Oliver 68
Le Salon Deluxe 69
Napapijri 69
Dean & David 69
Bäckerei Katz 70
Rossmann 70
Adidas Neo 70
Maercklin C. F. Braun 71
Bree 71
Peak Performance 71
Ligne Roset 72
Constantine Jewellery 72
Friseur Stylecode 72
Conrad Electronic 73
Detlev Louis 73
H&M Woman 73

74

COLLIERS BADEN-WÜRTTEMBERG

Grenzenlos erfolgreich **75**

Hecht-Carré, Tuttlingen 76
Am Fischbrunnen, Plochingen 76
Das ES!, Esslingen 77
Kocherquartier, Schwäbisch-Hall 77
Westarkaden, Freiburg 78
Kaiser-Joseph-Straße 192, Freiburg 78
Bursen-Galerie, Freiburg 79
Quartier Unterlinden, Freiburg 79

80

COLLIERS DEUTSCHLAND UND WELTWEIT

Colliers Deutschland **80**
Niederlassungen

Colliers weltweit **81**
Standorte

82

IHR TEAM BEI COLLIERS BRÄUTIGAM & KRÄMER

Ansprechpartner **82**

Impressum **83**

8 DIE MACHER

KOMPETENZ TRIFFT AUF MOTIVATION

Colliers Bräutigam & Krämer ist in der Metropolregion Stuttgart Marktführer in der Projekt- und Objektentwicklung sowie in der Vermittlung von Grundbesitzinvestitionen, bei Gewerbevermietungen und im Investment. Basis des Erfolgs sind eine langjährige Kenntnis des Gewerbeimmobilien-Markts und die gebündelte Kompetenz, gepaart mit einer hohen Motivation. Davon profitieren Investoren, Mieter und die Stadt gleichermaßen. So wertet etwa das GERBER den Süden Stuttgarts nachhaltig auf und schafft ein neues Nachbarschaftsumfeld. Das elementare Prinzip: Zuhören ist der Anfang jeder erfolgreichen Zusammenarbeit.

DAS GERBER

Stuttgarts Innenstadt ist in Bewegung. Das GERBER gibt dem städtebaulich bisher wenig beachteten Süden frischen Schwung. Ein Projekt der Superlative – nicht nur wegen der Größe, sondern vor allem wegen seines Anspruchs, mit seinem mischgenutzten Konzept zu einem lebendigen Quartier zu werden, das sich nahtlos in die Innenstadt einfügt. Das derzeit größte Projekt von Colliers Bräutigam & Krämer ist die erste Stuttgarter Quartiersbebauung dieser Größenordnung, die ein Mix aus Handel, Dienstleistung, Service und Wohnen aufweist. Eine großzügige Mall auf drei Geschossen bildet den baulichen Sockel des Komplexes. Hier findet man in der Stadt einmalige Konzepte wie die Osiander'sche Buschhandlung, Intimissimi, Calzedonia, Rituals, Vero Moda, Pieces, Only, Vila, Jack'n Jones und eyes + more. Das GERBER ist mit seinen drei Eingängen gleichzeitig stadtverbindendes Element. Durch die Marienstraße ist das Quartier direkt mit der Einkaufsmeile Königstraße verbunden. Cafés und Restaurants sowie Büros, Praxen und hochwertige Wohnungen ergänzen den Nutzungsmix. Die Landmark-Architektur betont die Anziehungskraft.

Wie wertet man ein Stadtquartier auf? Eine Frage, die sich nicht pauschal beantworten lässt. Im Zuge der Globalisierung wächst der Wunsch nach Vielseitigkeit und Individualität in unseren Städten. Colliers Bräutigam & Krämer vereinte in enger Kooperation mit der Stadt die Vorstellungen des Investors mit dem städtebaulichen Umfeld und den Belangen der Mieter und Anwohner zu einem charakterstarken Konzept. Projektentwicklung heißt auch: zu vermitteln, alle Interessen wahrzunehmen, zu balancieren und auszuführen, um eine zufriedenstellende und erfolgreiche Lösung für alle zu finden. Eines bleibt dabei immer gleich: die hohen Erwartungen.

Erfolg aus einer Hand

Der Status Quo im Stuttgarter Süden eröffnete viel Handlungsspielraum. Das Potenzial der hervorragenden Lage in direktem Anschluss an die Königstraße zwischen Marienstraße und Tübinger Straße war bisher nicht ausgeschöpft worden. Colliers Bräutigam & Krämer fand ein kleinteiliges Büroquartier vor, das an die Marienstraße grenzte, in der viele inhabergeführte Geschäfte aufgegeben hatten. Der erste Schritt lag auf der Hand: Das Grundstück des ehemaligen Hauptsitzes der ARA Allgemeine Rentenanstalt musste mit den umliegenden Grundstücken arrondiert werden. Nur so konnte die Idee einer Quartiersentwicklung umgesetzt werden.

Das einladende Nordportal in der neu gestalteten Marienstraße übt eine Sogwirkung auf die direkt angrenzende Königstraße aus.

1 Das urbane, komfortable Ambiente schafft ein abwechslungsreiches Einkaufserlebnis.

2 Die großzügigen Ladenstraßen der Mall mit fast 1.000 Meter Schaufensterfront präsentieren sich hell und einladend.

3 Die Architektur ermöglicht die optimale Erschließung der 24.000 m² Ladenfläche auf drei Verkaufsebenen.

Das Team von Colliers Bräutigam & Krämer führte mit den Projektbeteiligten Verhandlungen, Studien und Recherchen durch. Nach intensiven Gesprächen mit dem Eigentümer, der Württembergischen Lebensversicherung AG, der SEPA, dem Projektentwickler und Totalübernehmer Phoenix Real Estate Development GmbH und dem Centermanagement Koprian iQ entwickelte das gesamte Team daraus ein überzeugendes Konzept: Ein Quartier mit einem attraktiven Mix aus Wohnen, Arbeiten und Einkaufen. Der Grundstein für das GERBER war gelegt.

Architektur trifft Stadtbild

Die Architektur von Bernd Albers erfüllt den Wunsch nach einer einheitlichen und durchgängigen Gestaltung. Die homogene Formensprache und Materialität orientiert sich an der typischen Stadthausarchitektur Stuttgarts. Pate für die Fassade des ganzen Ensembles stand das denkmalgeschützte Eckhaus an der Tübinger Straße 22, das in das GERBER integriert wurde. Schon von weitem wird so der Charakter des Handels sehr direkt zum Ausdruck gebracht. Die Transparenz der Glasfassade unterstreicht die Verbindung von Stadt und Verkauf. Die helle Farbgebung nimmt den Kalkstein auf, der Stuttgarts Häuserfronten prägt und für Solidität und Dauerhaftigkeit steht. Dahinter bilden die drei Geschosse der GERBER-Mall einen fließenden Raum, der von einem großen Oberlicht gekrönt wird. Die offene Gestaltung mit drei Eingängen erhöht nicht nur die Anziehungskraft des Quartiers, sondern macht es zu einem neuen Knotenpunkt. Essentiell für die städtebauliche Integration ist die Aufwertung der Marienstraße, die direkte Verbindung zur hochfrequentierten Königstraße. Bisher lassen der zu hohe Baumbestand und die dichte Möblierung die Marienstraße dunkel und eng wirken, der Pflasterbelag ist nicht mehr zeitgemäß. Das Einkaufserlebnis endet am Übergang zur Königstraße. Dort entsteht nun eine Fußgängerzone, die sich dem hellen und freundlichen Ambiente der Königstraße anschließt und die Fußgänger direkt zum GERBER führt.

Ein Quartier mit Potenzial

100.000 Anwohner leben allein im unmittelbaren Umfeld des Quartiers. Das sind immerhin ein Sechstel der Stuttgarter Gesamtbevölkerung. Dazu kommen über fünf Millionen Einwohner aus der Metropolregion sowie Tausende von Tagesbesuchern. Die erwartet im GERBER ab 2014 ein spannender Branchenmix auf etwa 24.000 Quadratmetern und ca. 75 Mieteinheiten. Ergänzt wird das Handelsangebot durch Cafés, Restaurants und eine Schlemmermeile, Büros und Praxen sowie 80 Wohnungen in Stadthäusern über dem Einkaufszentrum. Das GERBER wird so zum neuen Anlaufpunkt in der Stadtmitte. Hier wächst Stuttgart zusammen.

NUTZUNG: Büro-, Handels-, Gastronomie- und Wohnflächen
GRUNDSTÜCKSFLÄCHE: 14.000 m²
VERKAUFSFLÄCHE: ca. 24.000 m²
MIETEINHEITEN HANDEL: ca. 75
LADENGESCHOSSE: E0, E1 und 1. OG
ARCHITEKT: Prof. Bernd Albers
TOTALÜBERNEHMER: Phoenix Real Estate Development GmbH
INVESTOR: Württembergische Lebensversicherung AG
FERTIGSTELLUNG: 2014

CREPES

STADT, HANDEL, COLLIERS

Das Colliers Bräutigam & Krämer Team im Gespräch

Drei Stühle, eine Meinung: Patricia Karwath, Falko Streber und Philipp Nothdurft sind überzeugte Stuttgarter. Stellvertretend für das gesamte Einzelhandelsteam von Colliers Bräutigam & Krämer sprechen sie über Immobilientrends, Mietpreise, Stuttgarts Image und die Leidenschaft für ihre Arbeit.

Frau Karwath, Sie arbeiten seit 15 Jahren für Colliers Bräutigam & Krämer. Was hat sich seither in der Immobilienlandschaft verändert?
Karwath: Vor allem die Internationalität der Interessenten. Früher suchten eher regionale Firmen nach Geschäftslokalen, mittlerweile sind es zunehmend internationale Filialisten; in Europa etwa aus den Niederlanden, Skandinavien, Spanien oder Italien.

Haben sich denn auch die Ansprüche der Mieter geändert?
Streber: Dadurch, dass die Mietzinsen in den letzten Jahren stetig gestiegen sind, mussten die Händler produktiver werden. Damit sind die Ansprüche an die Flächen gestiegen. Es wird nicht mehr nur nach Lage beurteilt, sondern zunehmend nach dem Zuschnitt der Flächen, der Frontbreite oder der technischen Ausstattung.

Sind sich die Eigentümer über diesen Wandel bewusst?
Streber: Nicht immer. Es gehört zu unserer Dienstleistung, sie darauf aufmerksam zu machen. Eine schlechte Immobilie in einer sehr guten Lage hat heute ein Problem. Wir beraten die Eigentümer in ihrem Sinne. Wir geben eine Einschätzung für die mögliche Miete bei maximaler Optimierung.
Nothdurft: Gleichzeitig verstehen wir uns auch als Lückenschließer in der Stadtentwicklung. Wir versuchen neue Projekte immer an das Umfeld anzupassen und nachhaltige Lösungen zu finden. Also gute Konzepte, die wirtschaftlich stabil sind und nicht in den nächsten zwei bis drei Jahren wieder wechseln.

Falko Streber
Bild links: Patricia Karwath

Warum nicht den ersten Store in Stuttgart eröffnen? Es muss nicht immer Hamburg oder Berlin sein.

Philipp Nothdurft und Patricia Karwath

Die Stadt hat eine hohe Lebensqualität. Allein die Hügellandschaft mit den vielen Wäldern und Weinbergen! Hinzu kommt eine vielseitige Kulturlandschaft, das hochwertige Gastronomieangebot und natürlich der typisch schwäbische Charme.

Ihr Ziel sind langfristige Mietverträge?
Nothdurft: Natürlich gibt einem ein kurzfristiger Mietvertrag die Freiheit, die Miete noch einmal anzupassen. Aber ein guter Mieter mit vernünftiger Indexierung und solider Bonität ist meist die beste Option.
Streber: Die Mieter bevorzugen in der Regel eine kurze Mietdauer mit mehreren Verlängerungsoptionen. Auf der anderen Seite gibt es Vermieter, die langfristige Mietverträge ganz ohne Optionen vergeben wollen. Das kann zur Zerreißprobe für Mietverhandlungen werden.
Karwath: Unsere Aufgabe besteht dann darin, zwischen den Parteien zu vermitteln. Und zwar so, dass alle am Ende zufrieden sind und ihr Ziel erreichen. Das ist neben der Beratung die wichtigste Aufgabe.

Beratung in der Projektentwicklung ist ebenfalls ein großes Thema. Wo ist die Herausforderung größer? Bei der Vermittlung bestehender oder neuer Flächen?
Karwath: Ich möchte eher von einem Unterschied sprechen. Bei einer Projektentwicklung müssen wir die Mietpreise zwei bis drei Jahre vor dem tatsächlichen Vertragsabschluss einschätzen.
Streber: Dafür setzen wir die ganze Erfahrung ein, die wir in all den Jahren sammeln konnten. Wir wissen, welche Lage welchen Wert hat. Hinzu kommen Erfahrungswerte über die unterschiedlichen Produktivitäten der Standorte und Branchen. Dafür gilt es, den besten Mix zu finden.

Welche Kriterien nehmen Sie, um den Wert einer Lage einzuschätzen?
Nothdurft: Am wichtigsten ist der potenzielle Umsatz für den Einzelhändler. Dieser steht im Zusammenhang mit der Fußgängerfrequenz. Und natürlich damit, ob der Mieter dort seine Zielgruppe antrifft, die er mit seinem Konzept erreichen will. Für den einzelnen Interessenten zählt am Ende die Frage, welchen Umsatz er pro Quadratmeter Mietfläche generieren kann.
Streber: Besonders spannend wird es für ein Einzelhandelsinvest bei neuen Projektentwicklungen. Da kann man richtig jonglieren und über gewisse Agglomerationen Werte schaffen. Nehmen Sie den Kronprinzbau. Vor der Neuentwicklung im Jahr 2007 lag dort der Mietpreis bei 25 Euro. Heute vermieten wir vergleichbare Ladengrößen für bis zu 75 Euro pro Quadratmeter. Das ist eine Steigerung von 300 Prozent. Was man im Einzehandel durch Lagekreation erreichen kann, ist gigantisch.

Funktioniert diese Lagekreation ebenso an weniger prominenten Standorten?
Nothdurft: Das beste Beispiel hierfür ist das Gerberviertel. Ein sehr eigenes Quartier, das man nicht mit der Königstraße vergleichen kann. Mit der Entwicklung, die wir jetzt anstreben, werden wir es nun zum 1A-Standort umwandeln. Dafür müssen wir natürlich viele Faktoren vorantreiben. Nicht nur die Immobilie, das GERBER selbst, sondern auch die Infrastruktur und Atmosphäre im gesamten Viertel.

In Stuttgart entstehen zur Zeit gleich mehrere große Quartiere. Ein Trend?
Nothdurft: Projektentwicklungen hängen immer davon ab, ob es Baulücken oder ungenutzte Flächen gibt. Dass sich zeitgleich mehrere Gelegenheiten ergeben haben, war Zufall.
Streber: Unser Thema ist – wie beim GERBER – immer der Lückenschluss. Die Stärkung der Standorte, an denen wir Angebote vervollständigen oder erweitern können. In der Innenstadt gibt es beispielsweise noch erhebliche Lücken im Luxussegment.

Wie gut ist Stuttgart denn in diesem Bereich aufgestellt?
Nothdurft: Eigentlich nicht schlecht, aber wir sehen noch Potenzial. Vor allem, wenn man bedenkt, wie schwer die Marken ihre Flächen finden. Der Juwelier Cartier beispielsweise musste den Stuttgarter Standort verlassen, weil man keine größere Fläche gefunden hat.
Streber: Und wenn Sie dann sehen, dass immer noch der eine oder andere zum Shopping nach München auf die Maximilianstraße fährt, da blutet einem schon das Herz.

(v.l.n.r.): Philipp Nothdurft, Patricia Karwath und Falko Streber

Gibt es, abgesehen von Luxusmarken, noch etwas, das Stuttgart fehlt?
Streber: Ja, den Bereich trendige Szeneläden kann man ausbauen. Das ist einer der Brückenschläge, die wir über das GERBER erreichen wollen. Die Yeans Halle in der Tübinger Straße hat da eine ganz wichtige Landmark gesetzt. Unser Ziel ist es, zwischen Tübinger Straße und Marienstraße weitere trendige Labels zu etablieren, etwa Superdry oder Urban Outfitters.

Was versprechen sich denn solche internationale Unternehmen von der Stadt?
Karwath: Es gibt Städte, da geht man nur aus Prestigegründen hin. Stuttgart hingegen ist eine Stadt, in der Händler richtig Geld verdienen können. Hier gibt es ein hohes Pro-Kopf-Einkommen und eine hohe Kaufkraft. Allerdings kennen die meisten ausländischen Firmen zu Anfang nur ein Ziel: Die Königstraße, am besten in der Mitte zwischen dem Schlossplatz und der Königstraße 42. Dabei ist der Platz einfach beschränkt und die dortigen Flächen nicht für jedes Konzept geeignet. Das gilt auch, wenn man die Zielgruppen betrachtet. Dann müssen wir manchmal schon erklären und überzeugen, dass diese Lage vielleicht nicht der richtige Standort ist.

Klingt, als kennen ausländische Firmen nicht viel von Stuttgart.
Streber: Stuttgart stellt sich durch seine Kessellage für viele erst einmal bescheiden dar, weil die Stadtgrenzen sehr eng sind. Eine unserer Kernarbeiten ist es auch, die Wahrnehmung bei Klienten von außerhalb zu ändern. Aufklärung über die Vorzüge der Stadt zu betreiben.
Nothdurft: Wir haben dazu ein Gutachten erstellt. Dazu zogen wir einen 50 km-Radius um die Stadt, um das Einzugsgebiet zu erfassen. Dann verglichen wir die Zahlen mit denen anderer deutscher Metropolen. Und siehe da: Bei der Kaufkraft hängt die Region Stuttgart alle ab – von Hamburg bis München. Ein gutes Argument, um zu sagen: Warum nicht den ersten Store in Stuttgart eröffnen? Es muss nicht immer Hamburg oder Berlin sein.

Wo kann Stuttgart noch punkten?
Karwath: Die Stadt hat eine hohe Lebensqualität. Allein die malerische Hügellandschaft! Die Hanglagen bieten grandiose Blicke über die Stadt. Hinzu kommt das hochwertige Shopping-, Kultur- und Gastronomieangebot. Und natürlich der typisch schwäbische Charme.

Man merkt, Sie sind Stuttgarterin aus Leidenschaft. Ist das eine Voraussetzung, um bei Colliers Bräutigam & Krämer zu arbeiten?
Karwath: Die Liebe zur Stadt ist ein wichtiger Punkt. Wie könnten wir sonst andere von diesem Standort überzeugen? Unser Team zeichnet aber noch viel mehr aus. Seriosität und Herzblut für den Job stehen da ganz oben auf der Liste.
Streber: Bei großen Projektentwicklungen vermitteln wir teilweise Jahre zwischen den Parteien und transportieren Visionen. Da müssen wir unermüdlich sein, leidenschaftlich und von unserer Arbeit überzeugt. Man braucht ein Kämpferherz. So können wir andere von dem richtigen Weg überzeugen. Wenn wir dann ein Projekt erfolgreich abgeschlossen haben, ist das gute Gefühl umso überwältigender.

Ein schönes Schlusswort. Vielen Dank für das Gespräch.

Patricia Karwath arbeitet seit über 15 Jahren bei Colliers Bräutigam & Krämer. Die Diplom-Mathematikerin ist Partnerin im Unternehmen. Ihr Schwerpunkt: die Einzelhandelsberatung.

Falko Streber ist seit mehr als acht Jahren im Unternehmen. Er ist Leiter der Retail-Abteilung und seit 2007 Partner bei Colliers Bräutigam & Krämer.

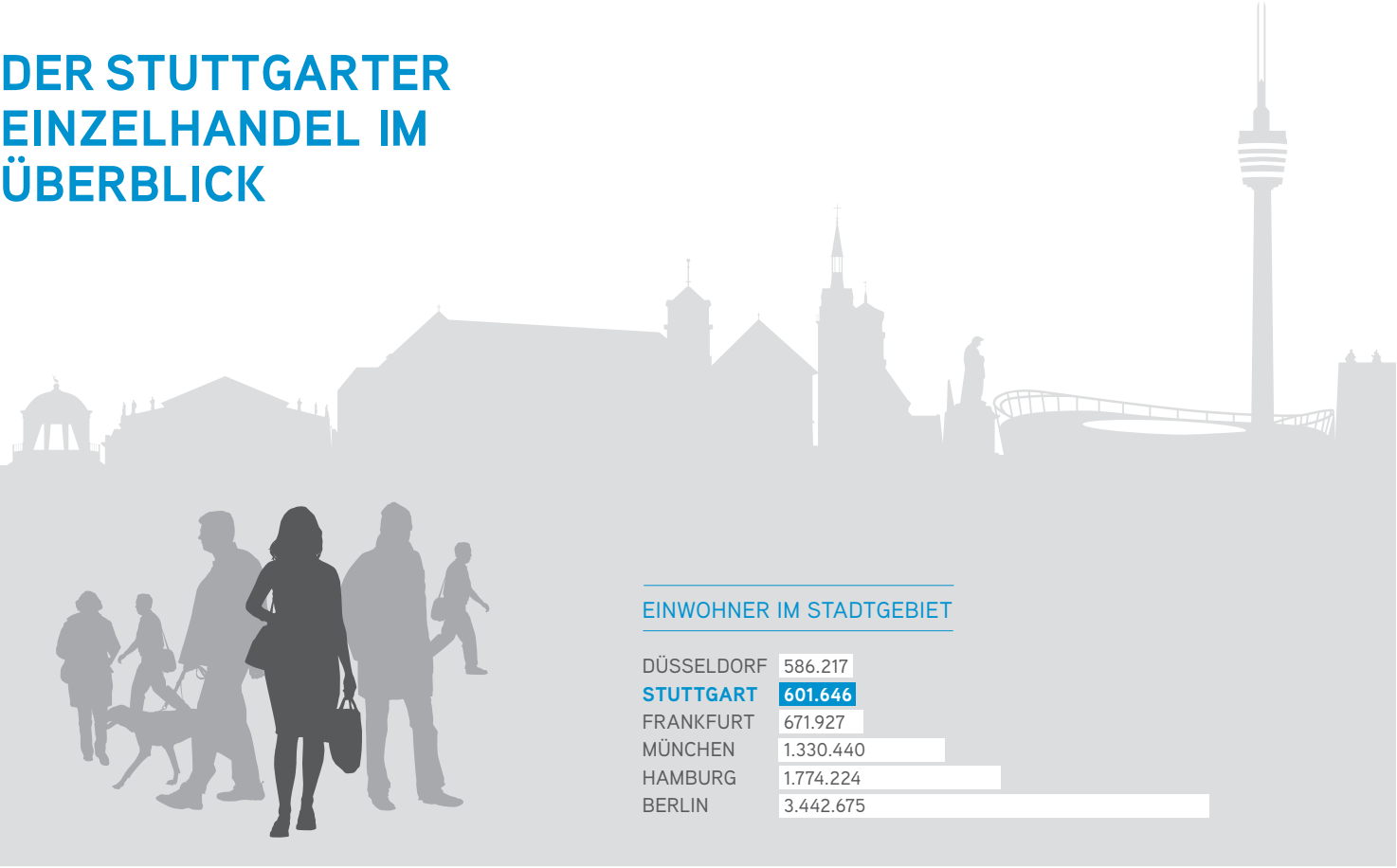
Philipp Nothdurft ist Experte für Retailflächen und Projektentwicklungen. Er betreut unter anderem das Großprojekt GERBER. Der Diplom-Ingenieur ist seit 2007 im Team von Colliers Bräutigam & Krämer.

18 EINZELHANDELSMOTOR STUTTGART

ZUGPFERD FÜR DIE GANZE REGION

Stuttgart ist lebendig wie selten zuvor. Die Hauptstadt Baden-Württembergs, die zu den größten Städten Deutschlands gehört, ist zu Recht stolz auf ihre konstant niedrige Arbeitslosenquote sowie auf die überdurchschnittliche Kaufkraft. Ihre wirtschaftliche Stärke verdankt die Landesmetropole der vielseitigen Wirtschaftsstruktur mit potenten Großunternehmen wie Daimler, Porsche oder Bosch auf der einen Seite und einem sehr gesunden Mittelstand auf der anderen. Neben nationalen Einzelhandelsunternehmen erkennen immer mehr internationale Retailer das Marktpotenzial, das durch die konsequente Weiterentwicklung der Topstandorte und die Revitalisierung von Stadtquartieren noch an Zugkraft gewinnt.

DER STUTTGARTER EINZELHANDEL IM ÜBERBLICK



EINWOHNER IM STADTGEBIET

DÜSSELDORF	586.217
STUTTGART	**601.646**
FRANKFURT	671.927
MÜNCHEN	1.330.440
HAMBURG	1.774.224
BERLIN	3.442.675

Quelle: Gfk GeoMarketing GmbH, 2012

STUTTGART

22.357 €

VERFÜGBARES EINKOMMEN DER PRIVATEN HAUSHALTE JE EINWOHNER

Mit 22.357 Euro verfügbaren Einkommens je Einwohner liegt Stuttgart deutschlandweit auf Platz 4 - knapp hinter Hamburg, München und Düsseldorf. Der Wert liegt weit über dem Bundesdurchschnitt (18.975 Euro).

Quelle: Arbeitskreis Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder (Vorsitz: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg)

EINZELHANDELSMETROPOLE STUTTGART

Stuttgart ist das pulsierende Herz einer lebendigen Handelsregion mit über vier Millionen Einwohnern. Das hohe Interesse von Händlern und Investoren an Einzelhandelsflächen jedweder Größenordnung kann durch die klassischen Toplagen längst nicht mehr gedeckt werden. Davon profitieren mehr und mehr die Einkaufslagen abseits des Mainstreams. Eine Entwicklung, die den Handelsstandort Stuttgart weiter stärkt. Um auch hier erfolgreich beraten zu können, ist lokale Marktkenntnis und das Erkennen von Trends und Potenzialen unerlässlich.
Das festigt den Ruf der Landeshauptstadt als Einkaufsmetropole zusätzlich. Das überdurschnittliche Einkommen der Einwohner ist eine solide Basis für Umsatzerfolge. Die Verkaufsflächen im Zentrum machen mittlerweile 54 Prozent der Gesamtverkaufsfläche im Stadtgebiet aus. Ein Spitzenwert im Vergleich mit Städten wie Düsseldorf, Frankfurt, München, Hamburg oder Berlin, der zeigt, wie stark die City aufgestellt ist. Tendenz steigend.
Touristen aus aller Welt zieht es immer mehr nach Stuttgart mit seiner attraktiven Lage und dem Stadtbild zwischen historischer Architektur, modernem Design und Naturlandschaft. Die kulturelle Vielfalt prägen das Staatstheater, das größte Dreispartentheater der Welt, das Mercedes-Benz-Museum, Porsche-Museum sowie internationale Events wie das indische Filmfestival. Eine Anziehungskraft, die weit ins Umland abstrahlt.

EINWOHNER IN DER REGION (50 KM-RADIUS)

MÜNCHEN	3.093.780
HAMBURG	3.339.466
STUTTGART	**4.176.309**
FRANKFURT	4.314.016
BERLIN	4.616.865
DÜSSELDORF	8.613.320

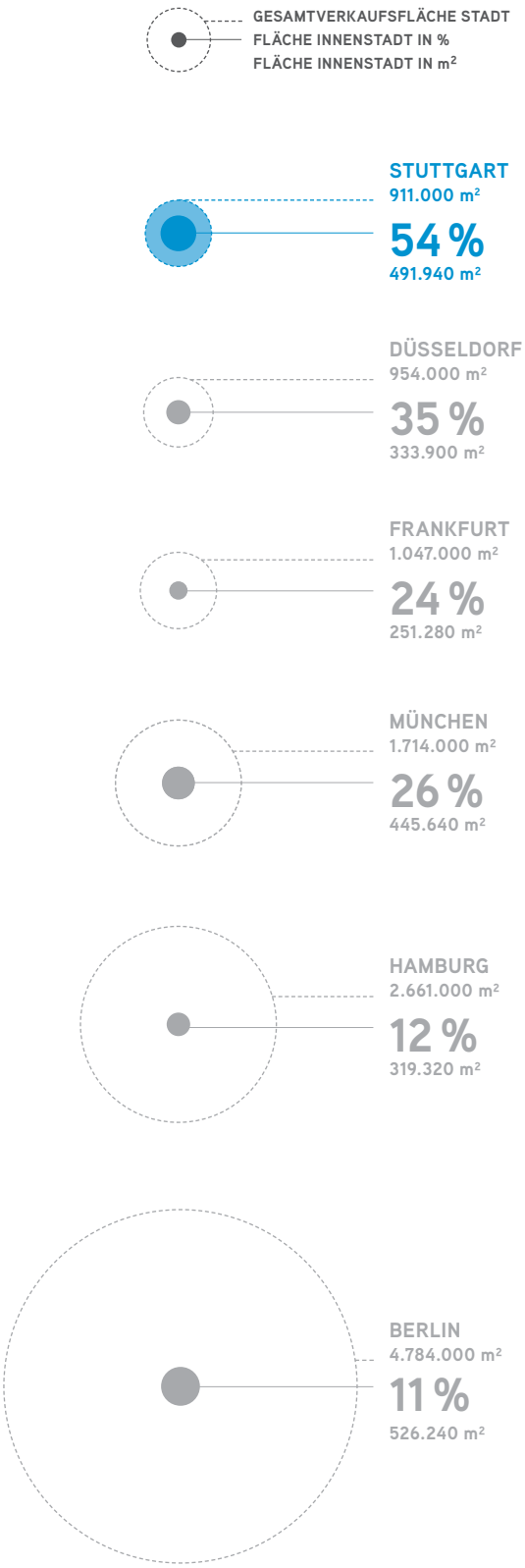
STUTTGART

54 %

EINZELHANDELSRELEVANTE VERKAUFSFLÄCHE

Die Statistik zeigt: Stuttgart ist Einkaufsstadt. Über die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche befindet sich in der Innenstadt. Damit liegt die Stadt weit vor den Großstädten Düsseldorf, Frankfurt, München, Hamburg und Berlin.

EINZELHANDELSRELEVANTE VERKAUFSFLÄCHEN ÜBERSICHT



Quelle: infas geodaten, 2012;
Kennzahlen Stuttgart: eigene Erhebung

AUF DEN ZWEITEN BLICK

Die gängigen Kennziffern zeigen Stuttgarts Stärke nicht immer auf den ersten Blick. Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 3.530 Millionen Euro steht die Stadt etwa nur auf Rang sieben im bundesdeutschen Vergleich. Jedoch ändert sich die Reihenfolge bei einer Betrachtung der Pro-Kopf-Kaufkraft: Hier liegt Stuttgart mit 5.867 Euro pro Einwohner auf dem vierten Platz knapp hinter Frankfurt.
Den nationalen Stellenwert behauptet Stuttgart auch im regionalen Vergleich. Die Bewohner der Region Stuttgart verfügen mit rund 15,7 Milliarden Euro über 26,5 Prozent des Kaufkraftvolumens Baden-Württembergs. Im Vergleich mit den umliegenden Landkreisen nimmt die Landeshauptstadt mit 3,53 Milliarden Euro die Spitzenposition ein.

STUTTGART

5.867 €

EINZELHANDELSRELEVANTE KAUFKRAFT PRO EINWOHNER

110,1

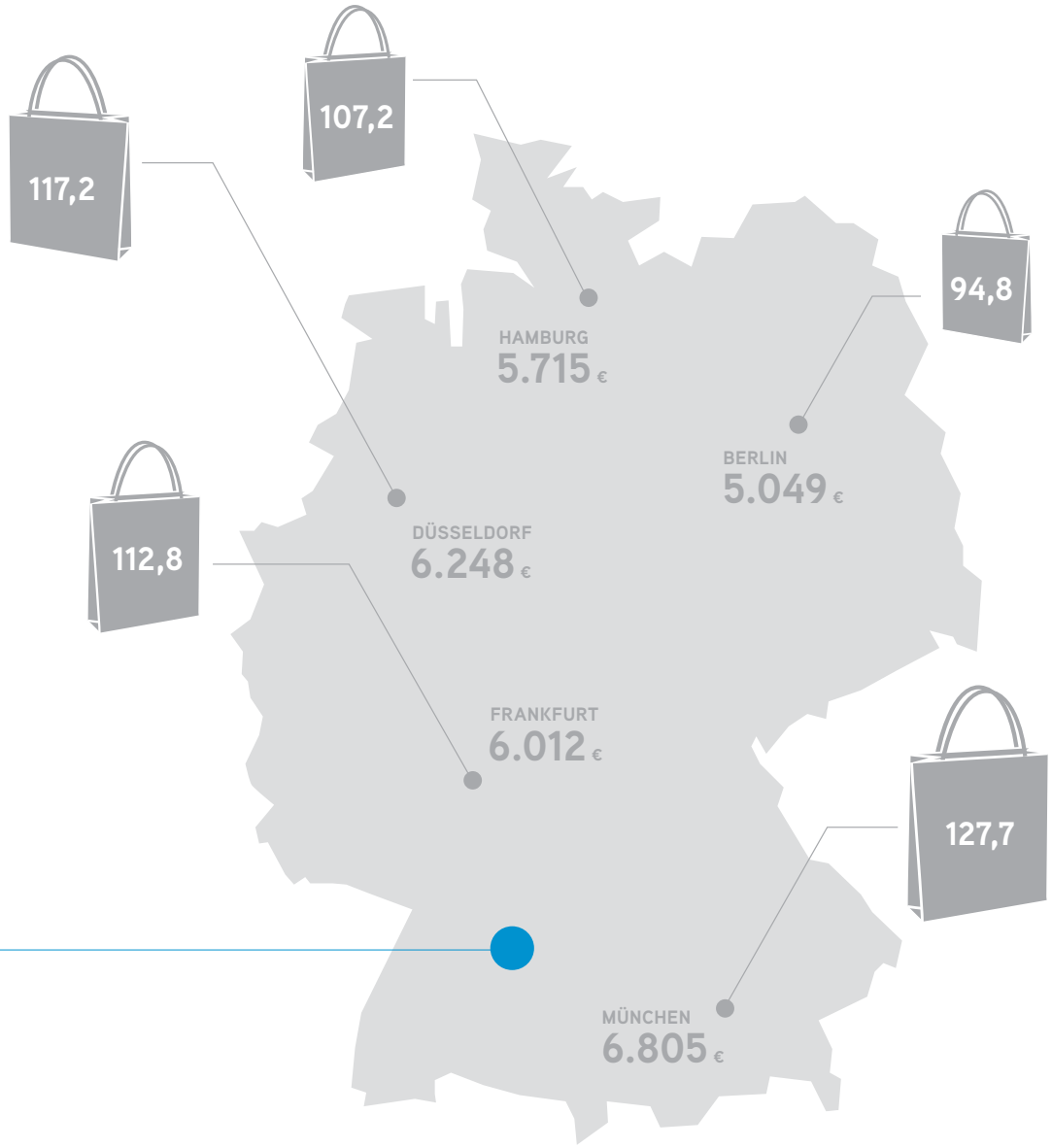
KAUFKRAFTKENNZIFFER STUTTGART

KAUFKRAFTKENNZIFFER

Die Kaufkraftkennziffer stellt die Nettoeinkünfte der Einwohner einer Region dar, d.h. das Nachfragepotenzial der Endverbraucher an einem Standort. Bundesdurchschnitt ist 100. Ein Kennziffernwert über 100 gibt Auskunft über ein überdurchschnittliches, ein Kennziffernwert unter 100 über ein unterdurchschnittliches örtliches Kaufpotenzial.

Quelle: Gfk GeoMarketing GmbH, 2012

EINZELHANDELSRELEVANTE KAUFKRAFT PRO EINWOHNER IM ZUSAMMENHANG MIT KAUFKRAFTINDEX



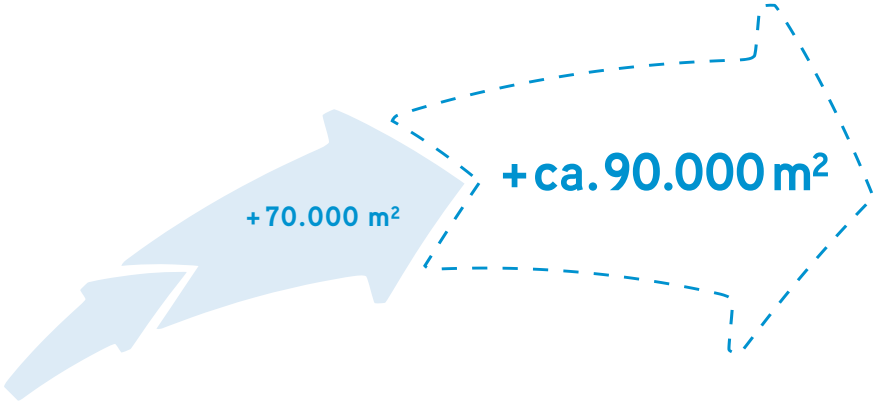
EINZELHANDELSRELEVANTE KAUFKRAFT

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist der Anteil der Kaufkraft, die für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht, also der Teil des verfügbaren Einkommens der privaten Haushalte, von dem die Einkäufe im Einzelhandel getätigt werden. Die Einkäufe sind am Wohnort der Konsumenten erfasst.

STUTTGART BOOMT

Die Zentralitätskennziffer Stuttgart liegt mit 125 Punkten im überregionalen Vergleich der Großstädte an dritter Stelle nach Nürnberg und Hannover. Wie diese beiden Städte, stellt auch Stuttgart einen besonders starken Magneten in seinem Ballungsraum dar. Popularität und Nachfrage führen zu einem stetigen Wachstum der Verkaufsflächen in der Einkaufsmetropole. Betrug diese Fläche im Jahr 2000 rund 841.000 m², sind für das Jahr 2016 bereits 1.001.000 m² prognostiziert. Auch der Einzelhandelsumsatz zeichnet die Landesmetropole als Shoppingstandort aus. 4.133 Millionen Euro Gesamtumsatz bedeuten rund 6.900 Euro pro Einwohner. Zum Vergleich: In Berlin sind es bei 20.244 Millionen Euro Gesamtumsatz nur knapp über 5.000 Euro.

FLÄCHENENTWICKLUNG EINZELHANDEL STUTTGART



2000	2012	2016
841.000 m²	911.000 m²	1.001.000 m²
Gesamtfläche	Gesamtfläche	Gesamtfläche

Quelle: HDE Hauptverband des Deutschen Einzelhandels

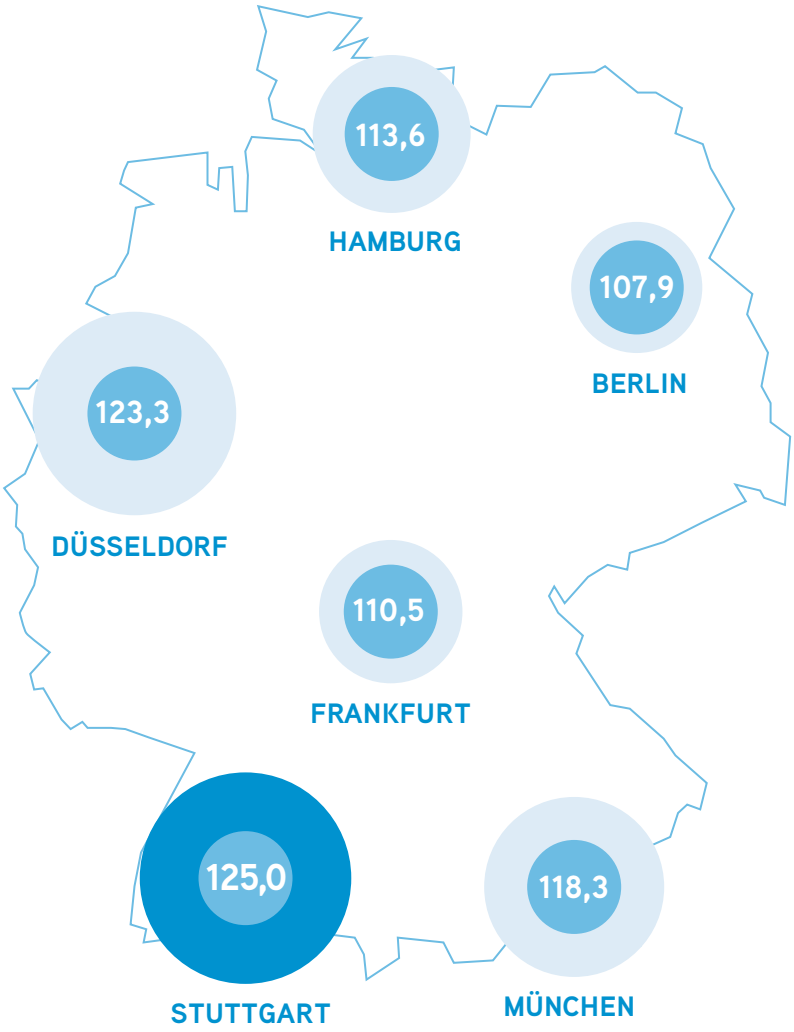
EINZELHANDELSUMSATZ PRO EINWOHNER

Quelle: Gfk GeoMarketing GmbH, 2012

EINZELHANDELSUMSATZ

Der Einzelhandelsumsatz stellt die Summe der Ausgaben der Endverbraucher im Einzelhandel an einem Einkaufsstandort dar.

ZENTRALITÄTSKENNZIFFER



STUTTGART

125,0

ZENTRALITÄTSKENNZIFFER

Eine Zentralitätskennziffer von genau 100 bedeutet, dass sich Kaufkraftabfluss und -zufluss die Waage halten. Werte über 100 deuten den prozentualen Zufluss an, Werte unter 100 zeigen, wie stark der Kaufkraftabfluss ist.

100 Der Wert 100 entspricht einem Gleichgewicht von Kaufkraft-abfluss und -zufluss.

Quelle: Gfk GeoMarketing GmbH, 2012

ZENTRALITÄTSKENNZIFFER

Die Zentralitätskennziffer setzt den Umsatz einer Region in das Verhältnis mit der regionalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, d.h. dem Potenzial für den Einkauf im stationären Einzelhandel und Versandhandel der Region. Sie ist somit ein Maß für die Attraktivität einer Stadt oder einer Region als Einkaufsort.

26 TOPLAGEN

SPITZENREITER UND ALTERNATIVEN

Die Nachfrage ausländischer Handelsunternehmen ist ein guter Gradmesser für das internationale Image einer Stadt. Hier gehört Stuttgart zu den Big Playern. Die Königstraße ist dabei weiterhin das Maß aller Dinge. Nirgendwo in Stuttgart ist die Flächennachfrage größer, die Passantenfrequenz höher. Gleichzeitig steigt die Nachfrage nach Alternativen. Gewusst wo, findet jeder Händler auch abseits der Hauptstraßen einen attraktiven Standort in passender Nachbarschaft. Um es kurz zu machen: Eine Win-Win-Situation für Einzelhändler, Stadt und Kunden.

STUTTGART MITTE | KÖNIGSTRASSE

KÖNIGSTRASSE

Die Königstraße ist die 1A-Lage mit der höchsten Passantenfrequenz. Mit rund 12.400 Passanten gehört die Highstreet zu den höchstfrequentierten Fußgängerzonen Deutschlands. Damit liegt Stuttgart auf Platz 3 nach München und Köln. Das hohe Umsatzpotenzial spiegelt sich in den stetig steigenden Mietpreisen von 300 Euro und mehr pro Quadratmeter für Ladenflächen bis ca. 100 Quadratmeter wider.

Der Zustrom ebbt nicht ab: weiterhin zieht es expansive Monolabels und internationale Handelskonzepte auf die beliebte Einkaufsstraße. Mit Adidas NEO oder Desigual haben wieder auch junge Marken Einzug auf der Königstraße gehalten.

Durch die Aufwertung der Marienstraße und die Anbindung zum GERBER setzt sich der Fußgängerstrom weiter nach Süden fort. Damit erhält eine der längsten Einkaufsstraßen Europas ihre überfällige Erweiterung.

MIETPREISE: bis zu 300 Euro/m²
PASSANTEN PRO STUNDE: bis zu 12.400
FILIALISIERUNGSGRAD: 92 %

Die Königstraße gehört zu den meistfrequentierten Einkaufsmeilen Deutschlands.

STUTTGART MITTE | STIFTSTRASSE | KIRCHSTRASSE | SPORERSTRASSE | MARKTPLATZ

Ladenmieten in €/m²

60 – 80 | 80 – 100 | 130 – 180

*Neuvermietung, 80-120 m²

6m Front ebenerdig, gut geschnitten

STIFTSTRASSE, KIRCHSTRASSE, SPORERSTRASSE, MARKTPLATZ

Die Stuttgarter Edellage hat in der Stiftstraße mit Hugo Boss und Hollister neue Marken dazugewonnen. Die Premium-Jeansmarke 7 For All Mankind ergänzt das Angebot, zu dem auch Louis Vuitton und Mont Blanc zählen. In der Kirchstraße folgen Neumieter Napapijri sowie van Laack und Escada.

Das Stuttgarter Traditionshaus Maercklin C. F. Braun ist von der Sporerstraße in einen Neubau in der Marktstraße umgezogen. Die Nähe zum Marktplatz sowie zum Breuninger-Stammhaus waren bei der Standortentscheidung mit ausschlaggebend.

Mit dem Dorotheen Quartier erhält die Stadt zwischen Altem Schloss, Rathaus und der Markthalle ein zentrales Viertel zurück, das ihr die Geschichte einst entriss. Visionäre Architektur eröffnet neue Perspektiven des Zusammenlebens: Das Quartier greift die Idee des ehemaligen Markts auf, und interpretiert ihn als Lebensraum neu. Es bringt das, was zusammen gehört, wieder auf einen gemeinsamen Nenner: Wirtschaft und Bürger. Hier finden niveauvolle Geschäfte ebenso Platz wie Cafés, Restaurants, Bars und Lounges.

MIETPREISE: bis zu 180 Euro/m²
PASSANTEN PRO STUNDE:
Stiftstraße: ca. 2.100
Kirchstraße: ca. 1.900
Sporerstraße: ca. 1.500
Marktplatz: ca. 4.500
FILIALISIERUNGSGRAD: 95 %

1 Stuttgarter Rathaus am Marktplatz
2 Marktplatz
3 Dorotheen Quartier

STUTTGART MITTE | CALWER STRASSE | KIENESTRASSE | KRONPRINZSTRASSE | BÜCHSENSTRASSE

CALWER STRASSE, KIENESTRASSE, KRONPRINZSTRASSE UND BÜCHSENSTRASSE

Die Calwer Straße bietet einen attraktiven Mix aus Gastronomie und Monomarken wie Marc Cain oder Ludwig Reiter, die sich mit inhabergeführten Boutiquen mischen. Die Neubauten Windows, Büx und Kronprinzbau 6 mit René Lezard, Max Mara und Feinkost Böhm sowie die Revitalisierung des Kronprinzbau 8 haben die Niveaulage Calwer Straße mit der Edellage Stiftstraße und Kirchstraße vernetzt.

Weitere hochgenrige Unternehmen haben die Entwicklung des Quartiers erkannt. Zuhause fühlen sich unter anderem die Manufaktur Meissen und Niessing. Luxus und Designermode gibt es im Fashionroom von Horst Wanschura, darunter Marken wie Issey Miyake, John Galliano und Jean Paul Gaultier.

MIETPREISE: bis zu 110 Euro/m²
PASSANTEN PRO STUNDE:
Calwer Straße: ca. 1.900
Kienestraße: ca. 800
Kronprinzstraße: ca. 1.100
Büchsenstraße: ca. 3.500
FILIALISIERUNGSGRAD: 60 %

1 Büchsenstraße
2 Kronprinzenstraße
3 Calwer Straße

STUTTGART MITTE | SCHULSTRASSE | HIRSCHSTRASSE | EBERHARDSTRASSE

Ladenmieten in €/m²

25 – 35 | 35 – 60 | 60 – 100 | 120 – 150

*Neuvermieutng, 80-120 m²
6m Front ebenerdig, gut geschnitten

SCHULSTRASSE, HIRSCHSTRASSE, EBERHARDSTRASSE

Die Königstraße ist nicht die einzige Stuttgarter Einkaufsmeile, die Superlativen zu bieten hat: Die Schulstraße ist nicht nur die älteste Fußgänerzone Deutschland, sondern verfügt auch über die zweithöchste Passantenfrequenz Stuttgarts. Die Schulstraße bildet die direkte Verbindung zwischen der S-Bahnstation Stadtmitte und dem Marktplatz. Sie übernimmt damit eine echte Verkehrsfunktion: Ein großes Potenzial für Einzelhändler mit einem hohen Anteil an schnell drehenden Waren. Neuzugänge wie Tamaris, Constantine und Wolford zeigen, dass die Straße auch für kleinteilige Mode- und Schuhkonzepte nichts an Attraktivität verloren hat.

Der außergewöhnliche Flagshipstore von JAKO-O prägt das Straßenbild und sorgt für eine Verjüngung der Hirschstraße. Neue Mieter wie der Skate- und Streetwearstore Titus sowie die Szenebäckerei CupCake folgten.

Mit Gianni d'Assero Hair zog es einen hochwertigen Coiffeur in die beliebte Eberhardstraße, das neue used-design Möbeloutlet verkauft Möbel mit Geschichte.

MIETPREISE: bis zu 150 Euro/m²
PASSANTEN PRO STUNDE:
Schulstraße: ca. 5.200
Hirschstraße: ca. 2.200
Eberhardstraße: ca. 900
FILIALISIERUNGSGRAD: 61 %

1 Schulstraße
2 Nadlerplatz
3 Eberhardstraße

STUTTGART MITTE | TÜBINGER STRASSE | SOPHIENSTRASSE | MARIENSTRASSE

Ladenmieten in €/m²*

25 – 35	35 – 60	60 – 100	120 – 150	230 – 280

*Neuvermietung, 80 – 120 m²
6m Front, ebenerdig, gut geschnitten

TÜBINGER STRASSE, SOPHIENSTRASSE, MARIENSTRASSE

Das GERBER im Südwesten ist Impulsgeber für das gesamte Umfeld. Marienstraße und Sophienstraße werden durch Straßensanierungen für Fußgänger attraktiv gestaltet. Die Tübinger Straße profitiert zudem von dem vorgesehenen Shared Space Konzept, das weniger Verkehr und ein harmonisches Straßenbild ohne Abgrenzung zwischen Fahr- und Gehweg vorsieht. Es entstehen insgesamt rund 650 neue Parkplätze.

Vom neuen Fußgängerstrom aus der Königstraße wollen zahlreiche Händler im Umfeld profitieren. Davon zeugen die Neueröffnungen von Stores wie dem Crumpler Shop, dm, CottonCotton, Schüta, Phuc, Venus oder Manja.

Die infrastrukturelle Vernetzung Richtung Cityring belebt auch den weiteren Süden, wo unter anderem der Möbelstore Ligne Roset eröffnete. Objekte wie Casanova, Caleido und Pauline ergänzen die positive Entwicklung des Standorts. Eines der Highlights im Caleido ist das Spa- und Wellnesskonzept Elements der schweizer Migros-Gruppe mit 5.000 Quadratmetern.

MIETPREISE: bis zu 150 Euro/m²
PASSANTEN PRO STUNDE:
Tübinger Straße: ca. 1.500
Sophienstraße: ca. 450
Marienstraße: ca. 3.500
FILIALISIERUNGSGRAD: 60 %

1 Marienstraße
2 Marienstraße
3 Königstraße/Eberhardstraße

STUTTGART MITTE | BOLZSTRASSE | LAUTENSCHLAGERSTRASSE | KRONENSTRASSE

BOLZSTRASSE, LAUTENSCHLAGERSTRASSE UND KRONENSTRASSE

Das Gesicht des Stadtviertels hat sich grundlegend verändert. Durch das Postquartier (siehe auch Seite 54) und das Bülow-Carré (Seite 62) entstanden zwei Einkaufs- und Lebensstätten, die das Umfeld noch attraktiver machen. Zu den neuen Mietern im Postquartier zählen Conrad Electronic auf 3.000 Quadratmetern sowie Mammut, The North Face, Rewe und Rossmann. Gegenüber zog Peak Perfomance ein.

Das Bülow-Carré bildet den Schlussstein der Verbindung zwischen Kronenstraße und Bolzstraße. Nach seiner Fertigstellung wartet die Lautenschlagerstraße mit einem durchgehenden Handelsbesatz vom Hauptbahnhof bis zur Bolzstraße, die damit endgültig in die Liga der bedeutenden Einkaufslagen aufsteigt. Die Bolzstraße steht weiterhin für gehobene Gastronomie. In der ehemaligen Marshall-Bar eröffnete die Bar "5", die das Szenepublikum durch spannende Innenarchitektur und kulinarischen Hochgenuss anlockt. Neu ist auch die exotische Küche von Asia 5 Sterne und das Brauhaus Schönbuch.

MIETPREISE: bis zu 150 Euro/m²
PASSANTEN PRO STUNDE:
Bolzstraße: ca. 3.800
Lautenschlagerstraße: ca. 900
Kronenstraße: ca. 1.600
FILIALISIERUNGSGRAD: 69 %

1 **Schönbuch Brauerei**, Bolzstraße
2 **Café**, Bolzstraße
3 Bolzstraße/Königstraße

DIE CHANCEN DES WANDELS

Dieter Blocher im Interview

GERBER, Dorotheen Quartier, Stuttgart 21 – die baden-württembergische Landeshauptstadt erfindet sich neu. Der Stuttgarter Architekt Dieter Blocher spricht über Voraussetzungen der nachhaltigen Quartiersentwicklung, Stuttgarts Zukunft und die Liebe zu seiner Stadt.

Herr Blocher, was braucht ein innerstädtisches Quartier?
In erster Linie ist ein solches Quartier Lebensraum, in dem sich private und kommerzielle Interessen ergänzen und befruchten. Dazu gehört auch ein attraktiver, öffentlicher Raum, der als Mediator dient. Grenzen sollten in diesen Quartieren fließend ineinander übergehen. So kann sich das innerstädtische Leben vielschichtig im Inneren der Baukörper fortsetzen. Durch diese Durchmischung entsteht die Lebendigkeit, die eine Stadt ausmacht. Letztendlich geglückt ist eine Quartiersbebauung erst, wenn sich die Bewohner und Anwohner damit identifizieren.

Welche Rolle spielt dabei das Thema Nachhaltigkeit?
Heutzutage spielt die ökologische Nachhaltigkeit eine tragende Rolle in der Stadtentwicklung. In Stuttgart werden gerade die grünen Flächen, etwa durch die Vergrößerung des Rosensteinparks, erweitert. Kulturelle, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit müssen damit im Einklang stehen. Das Miteinander von Generationen, Nationalitäten und sozialen Schichten liegt Stuttgart sehr am Herzen. Lebensqualität gehört schließlich allen. Bei neuen Quartieren kann man dafür ideale Voraussetzungen schaffen.

Was zeichnet die Stuttgarter Innenstadt städtebaulich noch aus?
Die Verantwortlichen wissen, dass sich eine Stadt durch das Zusammenwirken von sozialen Prozessen und architektonischen Maßnahmen immer wieder weiterentwickeln muss. Es tut gut, dass es hier nun viel Bewegung gibt – trotz des begrenzten Raumes. Ob Bülow-Carré, GERBER, Dorotheen Quartier oder Stuttgart 21 – für die Größe der Stadt sind das enorme Veränderungen, die man sonst nur in weit größeren Metropolen findet. Das ist auch ein Bekenntnis für die Zukunft.

Was erhoffen Sie sich denn von der Zukunft Stuttgarts?
Dass sich die städtebaulichen Maßnahmen gleichermaßen positiv auf Einwohner, Wirtschaft und Natur auswirken werden. Und dass gerade internationale Investoren und Einzelhändler die Begehrlichkeit der Stadt entdecken. Aber da sind wir ja auf einem guten Weg.

Was lieben Sie an Stuttgart am meisten?
Die Vielfalt: Eine Stadt umringt von Weinbergen und weitläufiger Natur mit einem großstädtischen Kultur- und Einkaufsangebot, das mit den großen Metropolen mithalten kann. In Stuttgart gibt es fast alle Modemarken und ein facettenreiches gastronomisches Angebot. Manche Plätze haben ein gemütliches südländisches Flair, an anderen herrscht vitale Urbanität. Und überall spürt man das Savoir-Vivre. Eine solche Bandbreite auf vergleichsweise kleinem Raum findet man nicht oft.

Der Stuttgarter Architekt Dieter Blocher ist geschäftsführender Gesellschafter des Architektur- und Designbüros Blocher Blocher Partners. Einer der Schwerpunkte des international renommierten Unternehmens: erlebnisorientierte Handelskonzepte bis hin zu Stadtquartieren, etwa Q 6 Q 7 in Mannheim.

DIE KUNST DES MITEINANDERS

Nikolaus Koliusis im Interview

Nikolaus Koliusis wurde in Salzburg geboren. Den gelernten Fotografen zog es Mitte der 1970er Jahre nach Stuttgart. Von hieraus verwirklicht er nationale und internationale Kunstprojekte. Mit der experimentellen Veränderung von Räumen durch Installationen und Objekte kreiert er immer wieder neue Orte.

Stuttgart ist Wirtschaftsstandort. Aber genauso der Lebensmittelpunkt vieler Kreativer und Individualisten. Konzeptkünstler Nikolaus Koliusis ist einer davon. Was Stuttgart als Kultur- und Wohnort so besonders macht, erklärt er im Gespräch.

Was bietet Stuttgart den Kunstinteressierten?
In Stuttgart kann man viele große und manchmal auch ganz kleine kreative Orte finden. Besonders ist für mich Kunst dort, wo man sie nicht erwartet. Wo sie jene erreichen kann, die nicht regelmäßig Ausstellungen besuchen. So kommen täglich etwa 10.000 Menschen an der blauen Kunst im Tunnel unter dem Kunstmuseum vorbei. Da wird der öffentliche Raum zur Galerie.

Stuttgart ist auch Shoppinmetropole. Wo gehen Sie am liebsten einkaufen?
Wenn ich mal Lust zum bummeln habe, gehe ich an Orte, die mich emotional berühren können. Ich mag Stores, die nicht gewöhnlich sind und ein Alleinstellungsmerkmal bieten. Und mir das Gefühl vermitteln, dass eine gewisse Vorauswahl nur für mich getroffen wurde.

Was macht Stuttgart zu einem guten Wohnort?
Vor allem die Menschen, denen ein „Bis bald!“ fern ist. Ich bevorzuge die Verbindlichkeit des Miteinanders, wie sie bei uns zu finden ist. Das zeigt sich auch im karitativen Engagement vieler Stuttgarter, die sich oftmals ganz leise aber stark für Benachteiligte einsetzen.

Was muss ein Wohnort für Sie auf jeden Fall bieten?
Ich fühle mich wohl, wenn mein Umfeld eine engagierte, multikulturelle Anstrengung zeigt. Im täglichen Miteinander, aber genauso in der Kunst. Übrigens nicht nur in der bildenden. Stuttgart beispielsweise bietet einige großartige, internationale Musikveranstaltungen, die die Menschen vereinen.

Mal abgesehen von Stuttgart: Gibt es noch andere Städte, in denen Sie gerne leben wollten?
Da fallen mir spontan Athen und Kyoto ein. Beides Städte mit einem großen Reset-Potenzial. Athen aus offensichtlich wirtschaftlichen Problemen, die gleichzeitig neue Pfade eröffnen. In Kyoto spürt man derweil einen gesellschaftlichen Umbruch, dem nichts Monetäres anhaftet. Dort geht es eher darum, dass grundsätzliche Werte und Lebensweisen in Frage gestellt werden. Ich könnte mir schon vorstellen, die eigene Angst vor dem Neuanfang zu überwinden, um Teil dieses Prozesses zu werden.

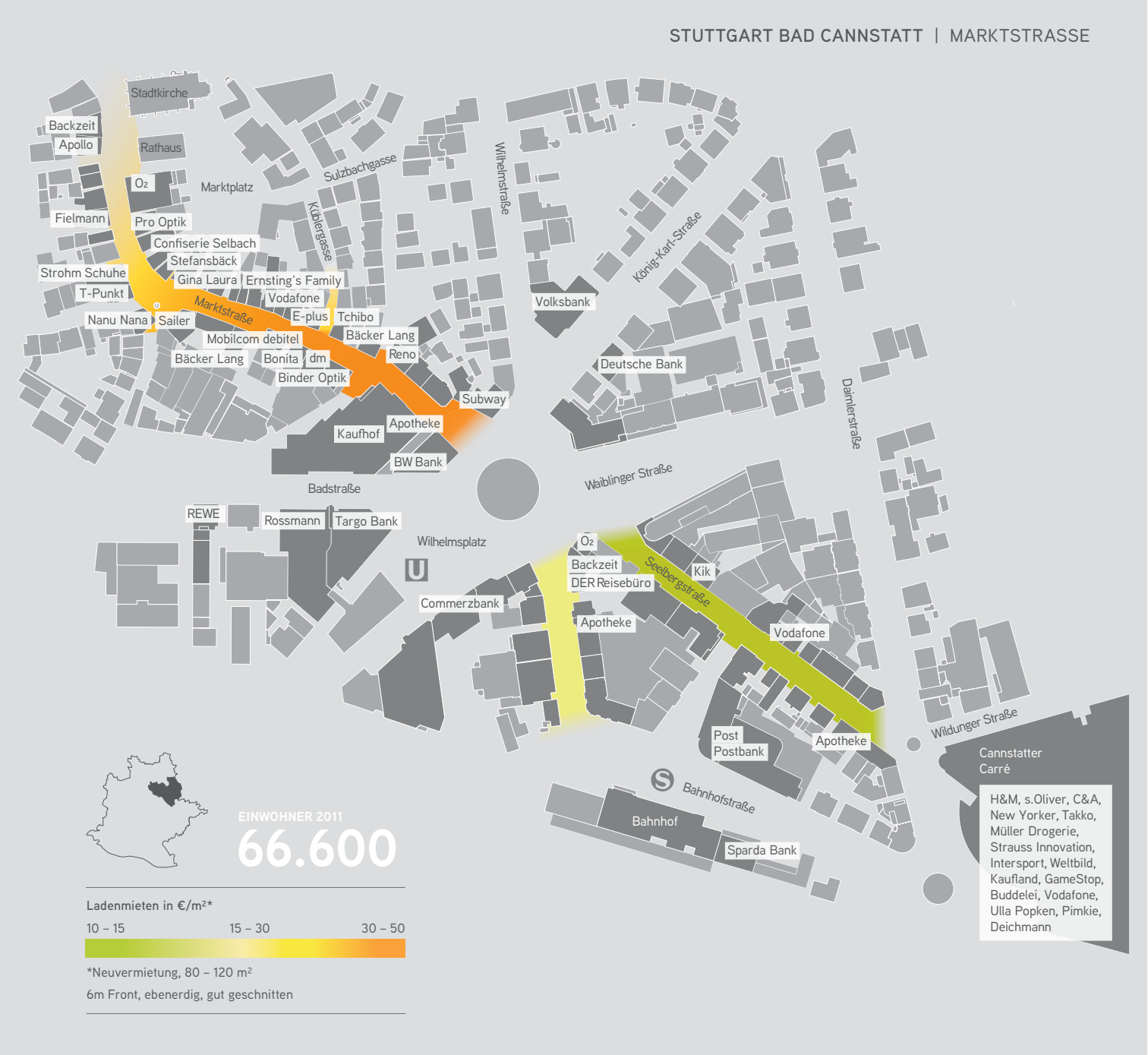
In einem Satz: Was hat Stuttgart, was andere Städte nicht haben?
Die soziale Kompetenz der Einwohner und der Drang vieler, sich selbst auf den Weg zu machen.

42 STADTTEILE

DER REIZ DER VIELSEITIGKEIT

Stuttgart bietet abseits der Toplagen auch in den Stadtteilen gefragte Wirtschafts- und Wohnstätten. Durch die gute Infrastruktur insbesondere bei Familien beliebt, wird das Kaufkraft-Potenzial bislang vor allem von lokalen und regionalen Anbietern geschätzt. Bad Cannstatt etwa verfügt nicht nur über ein reges Zentrum als traditionellen Mittelpunkt, sondern auch über den Neckarpark, der sich in den nächsten Jahren weiter positiv entwickeln wird.

Marktstraße



BAD CANNSTATT

FLÄCHE: 15,7 km²
BEVÖLKERUNGSDICHTE: 4.242 Einw./km²
NETTOEINKÜNFTE: 22.708 Euro
FILIALISIERUNGSGRAD: 44 %

Das Volksfest auf dem Cannstatter Wasen steht dem Münchner Oktoberfest in fast nichts nach. Doch das größte Schaustellerfest Europas ist nicht der einzige Schauwert des bevölkerungsstärksten Stadtbezirks Stuttgarts. Auch die malerische Altstadt mit ihren vielen denkmalgeschützten Gebäuden und vielfältigen Einkaufsmöglichkeiten zieht Besucher an.

Das Cannstatter Carré mit 22.000 Quadratmeter Verkaufsfläche ergänzt die sonst kleinteilige Struktur und bindet die Kaufkraft. Und es gibt weiteres Potenzial für Wachstum: etwa in den bisher noch nicht entwickelten Bereichen des Neckarparks in direkter Nachbarschaft zum Mercedes-Benz-Museum, der Porsche Arena und der Hanns-Martin-Schleyer-Halle.

STUTTGART FEUERBACH | STUTTGARTER STRASSE

EINWOHNER 2011
27.410

Ladenmieten in €/m²
12,5 — 35

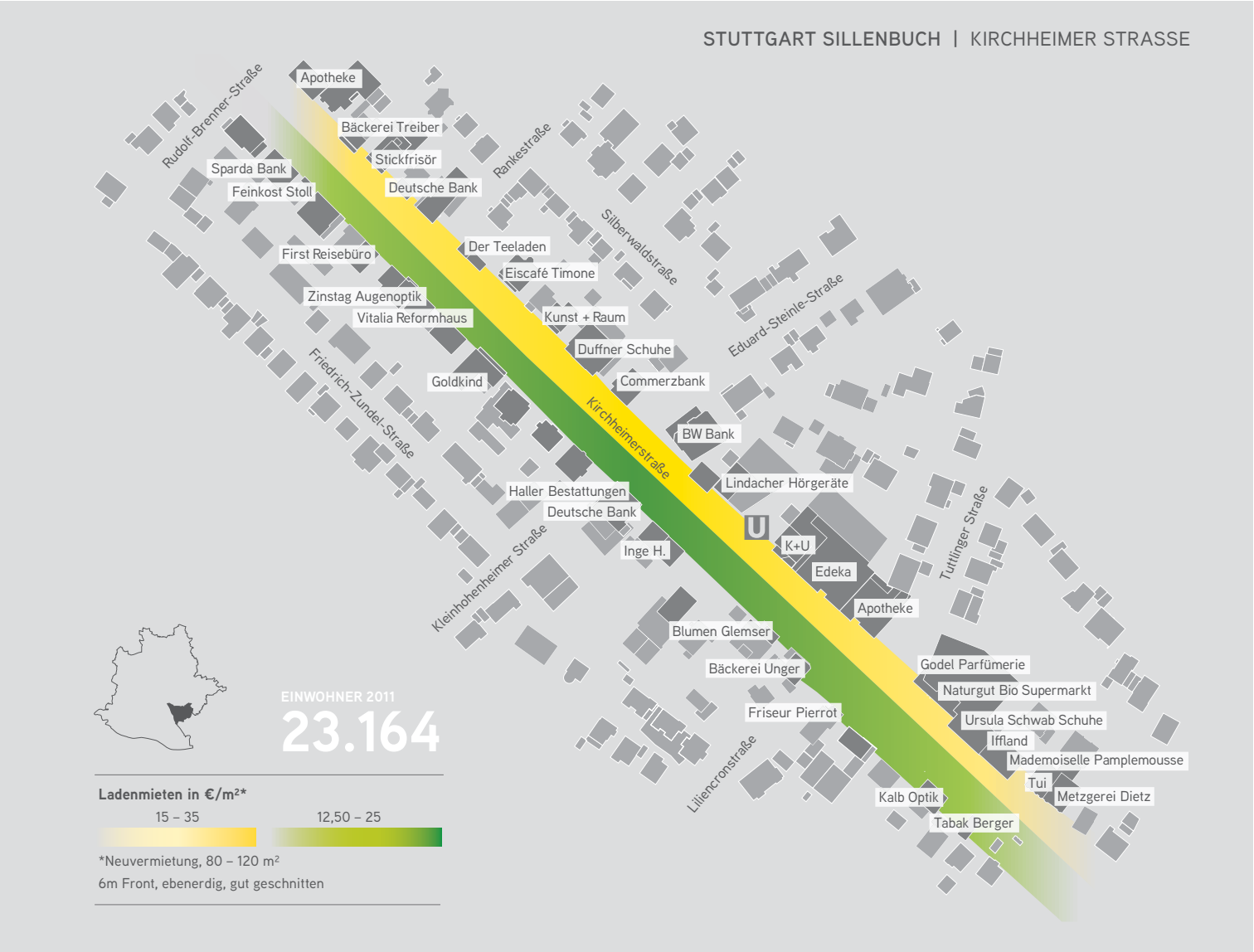
*Neuvermietung, 80 – 120 m²
6m Front, ebenerdig, gut geschnitten

FEUERBACH

FLÄCHE: 11,6 km²
BEVÖLKERUNGSDICHTE: 2.363 Einw./km²
NETTOEINKÜNFTE: 25.270 Euro
FILIALISIERUNGSGRAD: 52 %

Feuerbach hat sich vom Industriebezirk zu einem lebendigen Stadtteil gemausert. Naturerholungsgebiete, Kulturangebote, zentrumsnahe neue Wohngebiete und die gute Infrastruktur machen die Lage zu einem begehrten Lebensstandort. Die rund 27.500 Einwohner tragen zu einem überdurchschnittlichen Kaufpotenzial bei; die Nettoeinkünfte liegen über dem Stuttgarter Durchschnitt. Die Stuttgarter Straße wird von regionalem und lokalem Einzelhandel gesäumt, ergänzt durch Filialbetriebe und Dienstleister.

Stuttgarter Straße



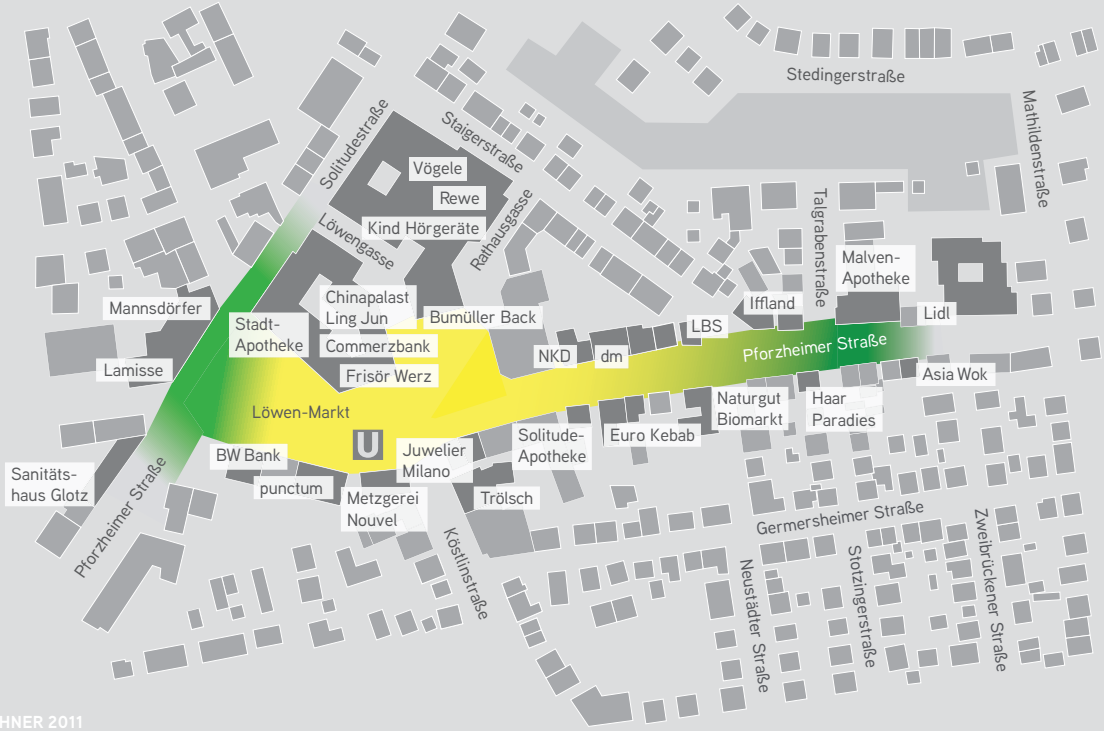
Kirchheimer Straße

SILLENBUCH

FLÄCHE: 7,5 km²
BEVÖLKERUNGSDICHTE: 3.088 Einw./km²
NETTOEINKÜNFTE: 27.131 Euro
FILIALISIERUNGSGRAD: 32 %

Noch heute besteht die Gemarkung Sillenbuch zu beinahe einem Drittel aus Wäldern, die viele Großstädter zur Erholung locken. Die beliebte Wohnlage zieht vor allem Besserverdienende in den Stuttgarter Südosten. Entsprechend hoch ist die Kaufkraft der rund 23.000 Einwohner, was die Lage für den lokalen Einzelhandel attraktiv macht. Der Stadtteil mit den höchsten Pro-Kopf-Einkünften ist auch Standort edler Boutiquen, die das Nahversorgungsangebot in der Kirchheimer Straße aufwerten.

STUTTGART WEILIMDORF | LÖWEN-MARKT



EINWOHNER 2011
30.739

Ladenmieten in €/m²

5 15 25

*Neuvermietung, 80 – 120 m²
6 m Front, ebenerdig, gut geschnitten

WEILIMDORF

FLÄCHE: 12,6 km²
BEVÖLKERUNGSDICHTE: 2.439 Einw./km²
NETTOEINKÜNFTE: 23.922 Euro
FILIALISIERUNGSGRAD: 29%

Eine Bürgerumfrage brachte es jüngst auf den Punkt: Die Weilimdorfer sind überdurchschnittlich zufrieden mit ihrem Stadtteil. Vor allem das Zentrum rund um den Löwenmarkt und die Pforzheimer Straße mit kleinen Ladenlokalen und Gastronomie verführen zum Flanieren – trotz unterrepräsentiertem Mode- und Sportangebot. Auch das nahe Rokokoschloss Solitude lädt zum Spazieren ein. Doch der Stadtteil kann noch mehr: Im prozentual jüngsten Bezirk Stuttgarts liegt einer der modernsten Gewerbeparks Deutschlands mit namenhaften Betrieben.

Pforzheimer Straße

STUTTGART DEGERLOCH | EPPLESTRASSE

EINWOHNER 2011
16.113

Ladenmieten in €/m²
20 – 40

*Neuvermietung, 80 – 120 m²
6m Front, ebenerdig, gut geschnitten

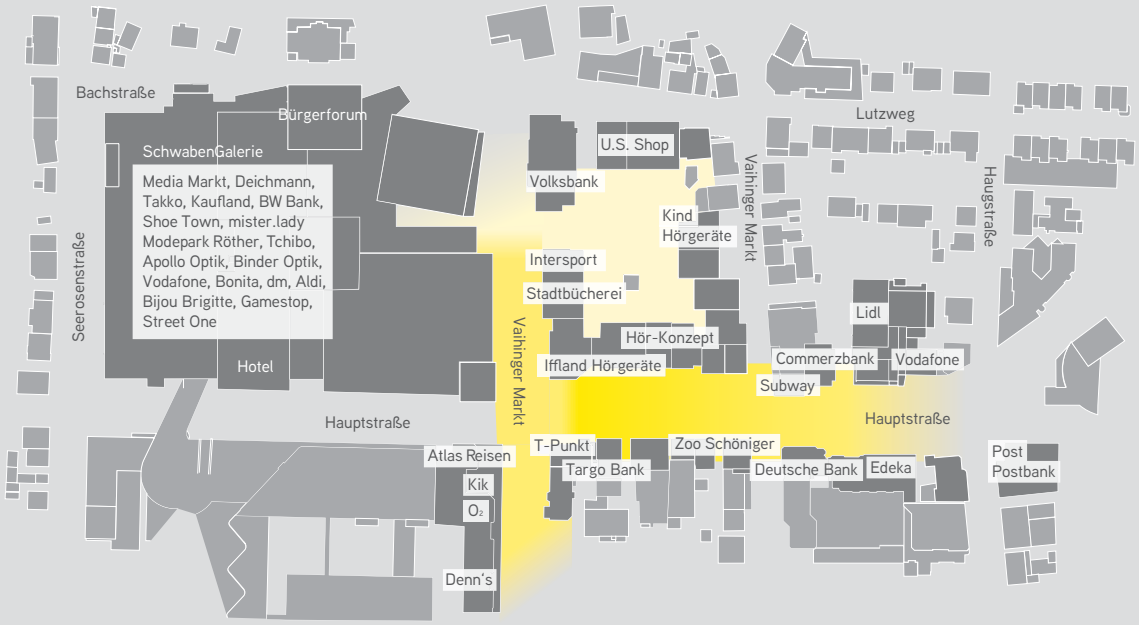
Epplestraße

DEGERLOCH

FLÄCHE: 8,0 km²
BEVÖLKERUNGSDICHTE: 2.014 Einw./km²
NETTOEINKÜNFTE: 27.619 Euro
FILIALISIERUNGSGRAD: 58 %

Ein öffentliches Verkehrsmittel als Attraktion? Stuttgart macht's möglich. Mit einer der vier letzten Zahnradbahnen Deutschlands geht es vom Marienplatz mit zum Teil 17,8 Prozent Steigung nach Degerloch. Im ehemaligen Luftkurort erwartet Besucher wie Anwohner eine Einzelhandelsmischung aus Traditionsfirmen und Filialisten. Sie alle profitieren von dem begehrten Wohnumfeld mit rund 16.000 Einwohnern und hoher Kaufkraft. Flächennachfrage und Mietniveau sind und bleiben in diesem Stadtbezirk entsprechend hoch.

STUTTGART VAIHINGEN | VAIHINGER MARKT



EINWOHNER 2011
43.540

Ladenmieten in €/m²* (ohne SchwabenGalerie)

15 – 25

*Neuvermietung, 80 – 120 m²
6m Front, ebenerdig, gut geschnitten

1 SchwabenGalerie
2 Vaihinger Markt

VAIHINGEN

FLÄCHE: 20,9 km²
BEVÖLKERUNGSDICHTE: 2.083 Einw./km²
NETTOEINKÜNFTE: 26.345 Euro
FILIALISIERUNGSGRAD: 60 %

Uni-Campus, Fraunhofer Gesellschaft, Max-Planck-Gesellschaft oder Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt: Vaihingen ist Stuttgarts Bildungsstandort. Hier wohnen nicht nur Studenten, sondern auch Professoren und Forscher, die vielseitige Ansprüche an den Einzelhandel stellen. Die SchwabenGalerie ist dabei mit ihren großflächigen Handelskonzepten Einkaufsstandort Nummer eins. Der Vaihinger Markt ist kleinteilig strukturiert und bietet eine gute Mischung aus Spezialkonzepten und Traditionsgeschäften.

STUTTGART ZUFFENHAUSEN | UNTERLÄNDER STRASSE

EINWOHNER 2011
35.600

Ladenmieten in €/m²*

15 — 25

*Neuvermietung, 80 – 120 m²
6m Front, ebenerdig, gut geschnitten

ZUFFENHAUSEN

FLÄCHE: 12,0 km²
BEVÖLKERUNGSDICHTE: 2.967 Einw./km²
NETTOEINKÜNFTE: 21.437 Euro
FILIALISIERUNGSGRAD: 46 %

Der Stadtbezirk im Norden Stuttgarts ist heute ein Industriestandort mit gesamtstädtischer Bedeutung - u.a. haben Großunternehmen wie Porsche oder Alcatel-Lucent hier ihren Sitz. Der Einzelhandelsschwerpunkt befindet sich in der Unterländer Straße. Von der Verkehrsberuhigung durch die Tieferlegung der Stadtbahn profitieren nicht nur die ca. 35.600 Einwohner, sondern auch das umliegende Einzugsgebiet des Nahversorgungszentrums mit einem Filialisierungsgrad von 46 Prozent.

Unterländer Straße

52 PROJEKTENTWICKLUNG UND VERMIETUNG

GEMEINSAM ZUKUNFT GESTALTEN

Colliers Bräutigam & Krämer ist spezialisiert auf die Entwicklung und Realisierung innerstädtischer Einzelhandelsprojekte. Das Unternehmen recherchiert mit Insiderwissen und globaler Vernetzung, resultierend aus langjähriger Erfahrung in der Einzelhandelsvermietung, die passenden Nutzer für jedes Projekt. Mit der Vermittlung von attraktiven, nachhaltigen Konzepten tragen die Experten zu vielseitigen Straßenlandschaften mit Einzelhändlern, Service, Dienstleistung und Gastronomie bei. Mit einem Wort: Urbanität. Das Colliers-Einzelhandelsteam ist Partner mit Leidenschaft für Immobilien. Die Mitarbeiter sind stets über weltweite Trends und Strömungen informiert, um ihre Kunden zu inspirieren. Von der ganzheitlichen Erfahrung profitieren auch Kommunen, die Colliers Bräutigam & Krämer zum Beispiel bei Neuordnungen innerstädtischer Brachflächen berät.

REFERENZEN EINZELHANDELSVERMIETUNGEN IN DER STUTTGARTER INNENSTADT

Mietvertragsabschlüsse (inkl. Büro): über 750
Vermietete Einzelhandels- u. Büroflächen: über 650.000 m²
Kaufvertragsabschlüsse: insg. über 250
Investmentvolumen: insg. über 5 Mrd. €

Colliers Bräutigam & Krämer war bei mehr als 200 Einzelhandelsvermietungen in der Stuttgarter City beratend bzw. vermittelnd tätig. Dabei wurden mehr als 100.000 m² Einzelhandelsfläche vermietet.

COLLIERS IN DER STUTTGARTER INNENSTADT

1 Hauptbahnhof
2 Klett-Passage 22-26
3 Hindenburgbau
Arnulf-Klett-Platz 1
4 Königstraße 1b
5 Königstraße 1c
6 Königstraße 3
7 Königstraße 3
8 Königstraße 10 a
9 S'ZENTRUM
Königstraße 10c und 12
10 Lautenschlagerstraße 4
11 Arnulf-Klett-Platz
12 Friedrichstraße 9
13 KRONEN-CARRÉ
Kronenstraße 30
14 Friedrichstraße 10
15 Geschwister-Scholl-Straße 3
16 Friedrichstraße 16
17 Lautenschlagerstraße 14
18 POSTQUARTIER
Kronenstraße 7, Thouretstraße
19 Lautenschlagerstraße 24
20 BÜLOW-CARRÉ
Lautenschlagerstraße 21, 23
21 Königstraße 16
22 PHOENIXBAU
Königstraße 5
23 Bolzstraße 6
24 Königstraße 28
25 KRONPRINZBAU
Kronprinzstraße 6
26 WINDOWS
Calwer Straße 18
27 Kronprinzstraße 8
28 Königstraße 19 a
29 Dorotheenstraße 2
30 Kirchstraße 14
31 Sporerstraße 12
32 Marktplatz 11-12
33 Kirchstraße 3
34 Stiftstraße 5
35 Königstraße 21
36 Büchsenstraße 10
37 Calwer Straße 26
38 Theodor-Heuss-Straße 10
39 Calwer Straße 11
40 Kronprinzstraße 19
41 Calwer Straße 25
42 Calwer Straße 19
43 Königstraße 46
44 Schulstraße 17
45 Schulstraße 9
46 Marktplatz 4
47 Rathauspassage 2
48 Marktplatz 6-8
49 Eberhardstraße 3
50 Eberhardstraße 31-33
51 Eberhardstraße 31-32
52 Eberhardstraße 6
53 Nadlerstraße 21
54 Eberhardstraße 8
55 Marktplatz 4
56 Kronprinzstraße 11
57 Königstraße 50-52
58 Calwer Straße 27
59 Lange Straße 6
60 Calwer Passage
Rotebühlstr. 20 a-d
61 Calwer Passage
Rotebühlplatz 20b
62 Calwer Straße 60
63 Rotebühlplatz 18
64 Calwer Straße 41
65 Königstraße 70/71
66 DAS WEISSE HAUS
Königstraße 43 b
67 Neue Brücke 3
68 Hirschstraße 20/ 22
69 Hirschstraße 26
70 Breite Straße 2-4
71 Nadlerstraße
72 Eberhardstraße 10
73 Eberhardstraße
74 Eberhardstraße 35
75 Eberhardstraße 49
76 Königstraße 49
77 Tübinger Straße 1
78 Königstraße 78
79 CITYPLAZA
Rotebühlplatz 21-25
80 Sophienstraße 28-30
81 Tübinger Straße 25
82 GERBER
Tübingerstraße / Marienstraße
83 CASANOVA
Augustenstraße 1 / Paulinenstraße 41
84 PAULINE
Paulinenstraße 21
85 CALEIDO
Tübinger Straße 43 /
Österreichischer Platz

Colliers Bräutigam & Krämer ist Stuttgarts erste Adresse, wenn es um Projektentwicklung, die Vermittlung von Grundbesitzinvestitionen, Gewerbevermietungen oder Investments geht. Insgesamt sind 30 Mitarbeiter, darunter neun Partner, im Unternehmen tätig. Das Know-how der Immobilienexperten beruht auf der genauen Kenntnis der potenziellen Nutzer, dem direkten Zugang zu den Entscheidungsträgern sowie einer detaillierten Marktkenntnis. Durch den Informationsaustausch im weltweiten Netzwerk von Colliers wird das Wissen über die nationalen und internationalen Anforderungen des Markts ständig aktualisiert. Die enge Kooperation und gebündelte Kompetenz gepaart mit einer hohen Motivation sind die wesentlichen Bausteine des Erfolgs - gerade und insbesondere bei anspruchsvollen Projekten. Hierzu zählen neben dem GERBER unter anderem auch das Postquartier, das Bülow-Carré und das Stadtteilzentrum Killesberghöhe.

REWE
CONRAD
CONRAD
P
100
e-plus
BASE

POSTQUARTIER

LAUTENSCHLAGERSTRASSE 17

Das Postquartier bildet einen weiteren Knotenpunkt in Stuttgarts pulsierendem Zentrum. Die interessanten Fassaden und Lobbys des Gebäudes mit seinen klassizistischen Arkaden und Säulen beeindrucken nicht nur Kunden und Gäste. Vor dem Refurbishment stand die Immobilie in Citylage für lange Zeit leer. Colliers Bräutigam & Krämer arbeitete gemeinsam mit dem Investor ein Nutzungskonzept aus und übernahm die Vermietung. Durch den abgestimmten Branchenmix entstand eine attraktive Einkaufslage. Der stilprägende Auftritt ermöglicht den ansässigen Unternehmen eine besondere Qualität der Identifikation. Durch die Verknüpfung von Arbeiten und Leben hat das Postquartier. als Stadtbaustein eine hohe Anziehungskraft Die Büronutzung mit vielfältigen Einkaufsmöglichkeiten und Gastronomieangeboten bietet Mitarbeitern wie Passanten ein ebenso anregendes wie abwechslungsreiches Umfeld. Mit dieser sorgsam abgestimmten Melange eröffnet sich für jeden Nutzer eine ganze Reihe von Synergien auf insgesamt 26.400 Quadratmetern. Auf der Einzelhandelsfläche von rund 9.700 Quadratmetern finden sich Mieter wie Conrad Electronic, Rewe, Rossmann, Mammut und The North Face.

NUTZUNG: Büro- und Handelsflächen
GESAMTFLÄCHE: 26.400 m²
EINZELHANDELSFLÄCHE: 9.700 m²
ARCHITEKTEN: Tim Hupe Architekten
PROJEKTENTWICKLER: Hines Immobilien GmbH
FERTIGSTELLUNG: 2012

GÖRTZ

PHOENIXBAU

KÖNIGSTRASSE 5

Der Phoenixbau mit seinen vier Handels- und vier Büroetagen gehört zu den markantesten Gebäuden in der Stuttgarter Innenstadt. Die Fassadengestaltung aus Stein und Glas nimmt in Maßverhältnissen und Materialien Bezug auf zur umgebenden historischen Bebauung. Die Geschäfte öffnen sich zur Königstraße hin, der Zugang zu den Büros erfolgt separat über ein verglastes Treppenhaus in der Marstallstraße. Das Gebäude bietet rund 10.500 Quadratmeter Handelsfläche, die komplett durch Colliers Bräutigam & Krämer vermietet wurde. Hinzu kommen flexibel teilbare Büroflächen, die ein offenes Atrium einfassen. Colliers Bräutigam & Krämer betreute das Projekt von Anfang an: von der konzeptionellen Umsetzung über den Grundstücksverkauf und den Mietvertragsabschlüssen bereits zwei Jahre vor Baubeginn bis hin zur Transaktionsberatung und der Vermittlung des Endinvests.

NUTZUNG: Büro- und Handelsflächen
GESAMTFLÄCHE: 17.600 m²
EINZELHANDELSFLÄCHE: 10.500 m²
ARCHITEKT: Anton Ummenhofer
PROJEKTENTWICKLER: Phoenix Real Estate Development GmbH
FERTIGSTELLUNG: 2008

KRONPRINZBAU

KRONPRINZSTRASSE 6 UND 8

Der Kronprinzbau präsentiert sich seinen Besuchern mit attraktiver Architektur und exquisiten Einkaufsmöglichkeiten. In unmittelbarer Nähe zu Schlossplatz, Königstraße und Kunstmuseum konnte Colliers Bräutigam & Krämer mit diesem Prestigebau die Lücke zwischen Calwer- und Stiftstraße schließen. Nach der Beratung des internationalen Projektentwicklers bei der Akquisition des Grundstücks folgte die Konzeption einer optimalen Vermarktungsstrategie für den Einzelhandel. Harmonisch fügt sich heute das Büro- und Geschäftshaus in das Umfeld des Kleinen Schlossplatzes ein. Die rund 25.500 Quadratmeter Gesamtfläche teilen sich auf in 6.400 Quadratmeter Einzelhandelsfläche sowie Büroflächen, fünf Stadtwohnungen und eine öffentliche Tiefgarage mit 266 Stellplätzen. Neben Hochkarätern wie René Lezard und Max Mara zieht vor allem der regionale Feinkostanbieter Böhm Passanten und Einkaufsliebhaber an. Mit dem Verkauf des Redevelopments konnte Colliers Bräutigam & Krämer sein Engagement erfolgreich abschließen.

NUTZUNG: Büro- und Handelsflächen
GESAMTFLÄCHE: 25.500 m²
EINZELHANDELSFLÄCHE: 6.400 m²
ARCHITEKTEN: B&V Braun Volleth Architekten GmbH
PROJEKTENTWICKLER: Europa Capital Partners Ltd.
FERTIGSTELLUNG: 2007

FEINKOST BÖHM
FEINKOST BÖHM
FEINKOST BÖHM
FEINKOST BÖHM
FEINKOST BÖHM
MARSH MERCER
ZONE

'S ZENTRUM

KÖNIGSTRASSE 10C UND 12

Was mit der Arrondierung der umliegenden Grundstücke durch Colliers Bräutigam & Krämer begann, ist zu einer Stuttgarter Institution geworden: Das 's Zentrum, ein Landmark-Building des Stararchitekten Josef Paul Kleihues, ist heute eine der Hauptadressen für Erfolgsunternehmen von Peek & Cloppenburg über Sport Scheck bis hin zu Zara. Colliers Bräutigam & Krämer begleitete das Projekt von der ersten Idee über die Beratung des Grundstückseigentümers, den Architekturwettbewerb und die Vermietung der 22.600 Quadratmeter Einzelhandelsflächen bis hin zum Verkauf an den Endinvestor. 2002 fertiggestellt, vermittelt das Gebäude zeitlose Werte und Urbanität – und trägt damit maßgeblich zur Aufwertung der unteren Königstraße bei. Städtebaulich mit der Geometrie der Stadt in Einklang, steht die einladende, anspruchsvolle Fassade aus Naturstein und einer Metall-Glas-Konstruktion für Eleganz, Atmosphäre und Wärme. Nicht nur damit setzt das Gebäudeensemble in Toplage ein Ausrufezeichen. Neben den Büroräumen und Handelsflächen vom 1. Untergeschoss bis zum 3. Obergeschoss beherbergt das 's Zentrum im 4. Obergeschoss ein modernes Fitnessstudio.

NUTZUNG: Büro- und Handelsflächen
GESAMTFLÄCHE: 33.300 m²
EINZELHANDELSFLÄCHE: 22.600m²
ARCHITEKTEN: Kleihues und Kleihues
PROJEKTENTWICKLER: Telekom Immobilien GmbH
FERTIGSTELLUNG: 2002

DAS WEISSE HAUS

KÖNIGSTRASSE 43B

NUTZUNG: Büro- und Handelsflächen
GESAMTFLÄCHE: 4.400 m²
EINZELHANDELSFLÄCHE: 2.400 m²
ARCHITEKTEN: Lederer + Ragnarsdottir + Oei Architekten
PROJEKTENTWICKLER: Phoenix Real Estate Development GmbH
FERTIGSTELLUNG: 2006

Der Name ist Programm: Das Büro- und Geschäftsgebäude ist mit seiner strahlend weißen Fassade ein Blickfang auf der Königstraße. Das Gebäude – bestehend aus Erdgeschoss, fünf Ober- und zwei Untergeschossen – fügt sich perfekt in das Umfeld der Fußgängerzone ein. Über die Hälfte der 4.400 Quadratmeter Gesamtfläche sind mit Handel besetzt – kein Wunder in einer der einkaufsstärksten Regionen Deutschlands. Der Erfolg der Immobilie ist auch ein Verdienst von Colliers Bräutigam & Krämer. Nachdem der erste Lebenszyklus des Baus überschritten war, folgte dem Verkauf die Neustrukturierung im Einzelhandels- und Bürobereich. Der Clou: Die Herausstellung des besonders markanten Eckstandortes und die Vermietung an erstklassige Unternehmen wie H&M, O_2 und Depot. Vollvermietung und Transaktionsberatung ergänzten die Maßnahmen aus einer Hand. So wurde ein hervorragendes Investment geschaffen.

BÜLOW-CARRÉ

LAUTENSCHLAGERSTRASSE
21 UND 23

In exponierter Innenstadtlage zwischen Königstraße, Bolzstraße und Kronenstraße laden 26.400 Quadratmeter zum Shoppen, Flanieren, Ausgehen sowie Essen und Trinken ein. Colliers Bräutigam & Krämer erhielt das exklusive Vermietungsmandat und erarbeitete eine individuelle Lösung für die Einzelhandelsflächen im Erdgeschoss. Nur zwei Gehminuten vom Hauptbahnhof entfernt, spricht das Bülow-Carré eine eindeutige Sprache: Die Architektur ist selbstbewusst, ohne aufdringlich zu sein. Selbst bei Dunkelheit wirkt die hinter Glas bedruckte, lebendige Struktur Stadtbild prägend. Alle planerischen Belange des Gebäudes wurden intelligent aufeinander abgestimmt, um die Qualität und Effizienz nachhaltig zu sichern. Dies unterstreicht auch die LEED Vorzertifizierung in Platin als "Green Building".

NUTZUNG: Büro-, Handels- und Gastronomieflächen
GESAMTFLÄCHE: 26.400 m²
EINZELHANDELSFLÄCHE: 3.200 m²
ARCHITEKTEN: Architekten IPB Pralle + Hübenbecker
PROJEKTENTWICKLER: Bülow AG
FERTIGSTELLUNG: 2013

KILLESBERG-HÖHE

AM KOCHENHOF 10-14,
STRESEMANNSTRASSE 1-7

80 Jahre nach dem Bau der Weißenhofsiedlung erhält der Killesberg einen neuen, lebendigen Mittelpunkt. Eine kleine Stadt im Grünen zum Wohnen, Arbeiten und Leben, perfekt angebunden an die öffentlichen Verkehrsmittel. Die City erreicht man mit der U-Bahn in nur fünf Minuten. Ein Team international renommierter Architekten, darunter David Chipperfield, hat damit dem gegenüber liegenden Bauhausvorbild seine Referenz erwiesen – und für die Zukunft gebaut. Die Killesberghöhe ist eines der ersten Stadtteilquartiere, das von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) mit der höchsten Auszeichnung in Gold prämiert wurde.
Das neue Zentrum befindet sich in einem expansiven Stadtteil, dessen Bevölkerung nach Schätzungen von derzeit etwa 30.000 Einwohnern in den nächsten Jahren auf rund 40.000 Einwohner steigen wird. 110 Wohnungen, ein Nahversorgungszentrum einschließlich einer Kindertagesstätte mit 120 Plätzen, Fitness- und Wellnesseinrichtungen sowie Gastronomie vom Feinsten sichern Bewohnern, Berufstätigen und Besuchern Lebensqualität der besonderen Art. Hinzu kommt eine breit angelegte medizinische Versorgung der Bevölkerung, die sich am integrativen Prinzip orientiert: Ärzte nahezu aller Fachrichtungen mit komplementären Einrichtungen aus Handel und medizinischen Dienstleistern wie z.B. Apotheke, Dentallabor oder Physiotherapie.

NUTZUNG: Büro-, Handels-, Dienstleistungs-, Gastronomie- und Wohnflächen
GESAMTFLÄCHE: 19.400 m²
VERKAUFSFLÄCHE: 8.900 m²
ARCHITEKTEN: Ortner und Ortner
PROJEKTENTWICKLER: Fürst Developments GmbH
FERTIGSTELLUNG: 2012/2013

VERMIETUNG

Das Einzelhandelsteam von Colliers Bräutigam & Krämer steht durch die globale Vernetzung der Colliers-Teams in engem Kontakt zu vielen ausländischen Handelskonzernen und Filialisten, die ihren deutschen Markteintritt planen. Die Vermietungskompetenz von Colliers Bräutigam & Krämer sichert nationalen Marken, Local Heroes und Independentkonzepten ein fruchtbares Umfeld mit verschiedenen Zielgruppen.

HORSCH SCHUHE
EBERHARDSTRASSE 12

Wer keine Standardschuhgröße besitzt, hat es nicht immer leicht. Kleine und große Füße jenseits von 37 und 44 finden in normalen Stores oft nicht den richtigen Treter. Das Schuhaus Georg Horsch hat dieses Problem erkannt – und mit Kompetenz und Modeverständnis gebannt. Bei dem Spezialist für Unter- und Übergrößen gibt es feinstes italienisches Design – denn Mode ist keine Frage der Größe.

7 FOR ALL MANKIND
STIFTSTRASSE 5

Das Premium-Denim-Label ist untrennbar mit dem Ort seiner Geburt verbunden: Los Angeles, Stadt der Engel, des Glamours und des progressiven Modeverständnisses. Gegründet in der Morgendämmerung des neuen Jahrtausends, vertritt die Lifestylemarke heute Casual bis Couture. Der Produktkosmos des kontinuierlich wachsenden Labels beinhaltet Frauen-, Herren-, Kinder-, Sportswear-, Taschen- und Schuhkollektionen. Moderne Klassiker und visionäre Modestyles sind auch im Stuttgarter Store einträchtig vereint.

S.OLIVER
KÖNIGSTRASSE 1

Es passt einfach: An einer der prestigeträchtigsten Adressen der Stadt, der Königstraße 1, präsentiert sich eines der beliebtesten deutschen Casual-Fashion-Labels. Ein Flagshipstore auf 1.250 Quadratmetern, der gleichermaßen für Marke und Zielgruppe steht. Die Erfolgsformel des Rottendorfer Modeunternehmens: Mode für jeden Menschen an jedem Tag in jeder Situation. Mit 240 eigenen Stores, 300 Stores mit Partnern, 2.559 Shops und 3.281 Flächen ist der Hersteller auch im Rest der Republik und der ganzen Welt hervorragend aufgestellt.

LE SALON DELUXE
KRONENSTRASSE 32

Der Name des Haarsalons steht für sich: deluxe sind sowohl das Fachwissen als auch Service und Design. In dem hellen Loft-Ambiente entspannt der Kunde bei einem kühlen Drink, während das Haar verwöhnt wird. Wem ein guter Cut nicht genug ist, fühlt sich ebenfalls gut aufgehoben: Die Zusatzleistungen des 5-Sterne-Friseurs reichen von der Haardiagnose über Aromatherapie bis zum Make-Up-Workshop. Somit steht der Coiffeur ganz im Trend der Branche, denn immer mehr Salons werden zu Kompetenzzentren für Schönheit.

NAPAPIJRI
KIRCHSTRASSE 14

Napapijri ist in der Welt zu Hause. Das zeigt sich schon darin, dass das italienische Label einen finnischen Namen trägt (der übersetzt „nördlicher Polarkreis“ bedeutet) und mit der norwegischen Flagge im Logo aufwartet. Anfangs Anbieter für Skibekleidung, hat sich das Unternehmen mittlerweile als Lifestylemarke im Outdoorbereich etabliert. Der 170 Quadratmeter große Flagshipstore in bester Citylage vermittelt auf zwei Etagen das Image der Marke.

DEAN & DAVID
CALWER STRASSE 60

Dean & David – zwei Vornamen, eine Mission: kompromisslose Frische. Die Erfolgsgeschichte des jungen Unternehmens begann 2007 in München. Die Geschäftsidee ist so einfach wie genial: gesundes und kreatives Fastfood für die ernährungsbewusste Generation – und das in schicker Umgebung. Wie in der Stuttgarter Filiale, deren Einrichtung eine klare Sprache spricht: reduziertes, helles Interieur, skandinavische Designmöbel und urbane Coolness schaffen einen kosmopolitschen Rahmen für den gesunden Lunch.

BÄCKEREI KATZ
SCHULSTRASSE 17

Das oberste Unternehmensziel ist gleichzeitig ein Versprechen: „Wir verkaufen nur, was wir selbst herstellen", ist das Credo des Familienunternehmens. Ein Vorsatz, der – verzeihen Sie das Wortspiel – nicht für die Katz ist. Denn die hochwertigen Zutaten von heimischen Bauern und Müllern schmeckt man. Alles andere wäre auch eine Überraschung bei einem Unternehmen, das seit 1899 die Tradition der guten Backwaren fortschreibt – trotz harter Konkurrenz durch Fertigschrippen und Aufbackbrötchen. Aber Qualität setzt sich bekanntlich durch – vor allem, wenn sie auf den Rezepten von Generationen beruht.

ROSSMANN
POSTQUARTIER

Zahlen sagen manchmal mehr als Worte: Mittlerweile betreibt Rossmann 2.531 Drogeriemärkte in sechs europäischen Ländern. Dabei sorgen 31.000 Mitarbeiter für die perfekte Einkaufsatmosphäre. Allein in Deutschland gibt es rund 1.600 Filialen – Tendenz steigend. Auf einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 450 Quadratmetern bietet das Unternehmen eine Produktpalette mit mehr als 17.500 Artikeln an. Das freut vor allem die 1,2 Millionen Kunden, die pro Tag bei Rossmann einkaufen.

ADIDAS NEO
KÖNIGSTRASSE 3

In Indien und China sind die Stores bereits beliebter Treffpunkt: Adidas NEO ist in Asien mit rund 1.000 Filialen vertreten. Anfang 2012 folgten die ersten Dependancen in Deutschland – und damit der Sprung nach Europa. Im April 2012 eröffnete die Stuttgarter Filiale. Die Zielgruppe: modebewusste Teenager. Adidas NEO ist cool und lässig. Statt Laufschuhe und Jogginganzug trifft lockere Straßenkleidung auf hippe Accessoires. Die Warenpräsentation: eine Spielwiese für Digital-Natives. Interaktive Spiegel und per SMS steuerbare Beleuchtung gehören hier zum guten Ton.

MAERCKLIN C. F. BRAUN
MARKSTRASSE 6-8

Maercklin C. F. Braun hat seit über 250 Jahren all das, was ein Zuhause schöner macht – vom guten Porzellan bis zum Mobiliar. Dass es zu Hause am schönsten ist, beweist das Unternehmen auch mit seiner Geschichte. Schließlich ist Maercklin ein überzeugter Stuttgarter und gehört zu den zehn ältesten Geschäften der Landeshauptstadt. Zählten Service und Qualität schon immer zu den Grundsätzen des Unternehmens, hat sich bis heute nur eine Kleinigkeit geändert: War früher der König Kunde, ist heute der Kunde König.

BREE
CALWER STRASSE 18

Das Geheimnis des Handtascheninhaltes ist mit vielen Sagen und Mythen verbunden. Nur ein Indiz dafür, dass eine Tasche im Grunde viel mehr als ein Alltagshelfer ist. Sie ist Statussymbol und Lifestylestatement. Und vielleicht neben dem Hund der treueste Begleiter des Menschen - mit einer buchstäblich tragenden Rolle in unserem Leben. Das Isenhagener Familienunternehmen Bree versteht sich seit Jahrzehnten erfolgreich darauf, begehrenswerte Objekte durch die Vereinigung von Material, Farbe, Funktion und Form zu perfektionieren, um so den Mythos Tasche weiter fortzuschreiben.

PEAK PERFORMANCE
LAUTENSCHLAGERSTRASSE 4

Warum macht niemand die Kleidung, die wir wollen? Eine Frage, die drei skibegeisterte Schweden 1986 dazu verleitete, einfach ihr eigenes Skibekleidungslabel zu gründen. Der Ansatz: Sportswear muss funktional sein, aber bitte mit Stil. Mittlerweile werden auch andere Outdoorbegeisterte bei Peak Performance fündig, die stilsicher ihrem Lieblingshobby nachgehen wollen. Der Stuttgarter Store, der im Juni 2012 seine Pforten öffnete, bietet übrigens ein besonderes Service-Schmankerl: einen 3D-Scanner, mit dessen Hilfe Skischuhe perfekt an den Fuß angepasst werden können.

LIGNE ROSET
AUGUSTENSTRASSE 1

Als einziger französischer Hersteller von Designmöbeln mit Vertriebsnetz gehört Ligne Roset international zu den Marktführern im Bereich moderne Inneneinrichtung. Grundlagen des Geschäftskonzepts sind Fertigungsqualität und Kreativität auf allen Ebenen: vom Design bis zum Vertrieb. Dabei arbeitet das Traditionsunternehmen, das 1860 gegründet wurde, mit mehr als 70 Architekten und Designern aus aller Welt zusammen. So gilt Ligne Roset als Symbol für elegante Lebensart und anspruchsvolle Gestaltung.

CONSTANTINE JEWELLERY
MARKTPLATZ 5

Schenken macht Freude. Egal, ob für andere oder sich selbst. Ob Anhänger, Ringe, Ohrschmuck, Ketten, Manschettenknöpfe oder Armschmuck: Constantine Jewellery heißt verwöhnen und im Luxus schwelgen Der Juwelier aus Echterdingen am prominenten Stuttgarter Marktplatz ist mit seinen 32 Quadratmetern ein wahres Schmuckkästchen, das eine erlesene Auswahl von Kollektionen sowie Einzelstücken präsentiert. Sie alle verwöhnen in Qualität und Ausführung Schmuckliebhaber und Verliebte gleichermaßen.

FRISEUR STYLECODE
BOLZSTRASSE 6

Waschen, schneiden, legen. Das Serviceportfolio aus Omas Zeiten genügt den Ansprüchen der modebewussten Haarklientel längst nicht mehr. Stylecode gibt den Kunden, was sie verlangen. Ob Trendfrisur, Make-Up, Kleidung oder Accessoires, der Stuttgarter Friseur setzt auf Vielseitigkeit. Ergänzt wird das Lebensgefühl durch Drinks, Musik und Mitmachaktionen. Der international bekannte Berliner Künstler EL BOCHO hat übrigens die Wände des Salons in der Bolzstraße mit angesagter Streetart gestaltet.

CONRAD ELECTRONIC
POSTQUARTIER

Die Welt der Technik ist nicht immer einfach zu durchschauen. Entsprechend zuverlässig muss ein Navigator sein, der den Kunden durch dieses ständig neue Terrain führt. Ein Computer beispielsweise ist längst nicht mehr nur Computer, er ist Spielekonsole, Fotoapparat, Buch, Zeitschrift und vieles mehr. Was brauche ich? Und welcher Rechner ist der beste? Conrad hat sich im Reich der Chips und Motherboards längst als jener Führer erwiesen, der anspruchsvolle Elektronikfans und vorsichtige Laien gleichermaßen ans technologische Ziel bringt. Kein Wunder, dass IT-Freunde das Multimediakaufhaus auf 2.800 Quadratmetern lieben.

DETLEV LOUIS
FRIEDRICHSTRASSE 10

Mit ihrer mehr als 70jährigen Tradition ist die Detlev Louis GmbH im Bereich Bekleidung und Zubehör für Motorrad- und Rollerfahrer heute Marktführer in Europa. Zweiradbegeisterte aus ganz Süddeutschland zieht es in den Stuttgarter GIGAStore auf 2.041 Quadratmetern, der mit seinem Sortiment und Zusatzangeboten zum Ganztagesshopping verführt. In der Ruhezone lässt sich vortrefflich fachsimpeln, während eine Pflegestation zum Reinigen der Helme und Visiere einlädt. Eine Ladies-Ecke und ein Kommunikationscenter runden das Angebot ab.

H&M WOMAN
KÖNIGSTRASSE 3

2.500 Stores in 44 Ländern sprechen eine eindeutige Sprache H&M ist der unangefochtene Fashionolymp für preisbewusste Fashionistas und Trendsetter. In Deutschland hat das schwedische Modeunternehmen seinen größten Markt gefunden, der beharrlich weiter ausgebaut wird. Allein auf der Königstraße gibt es vier Stores, alle davon höchstfrequentiert. H&M Woman in der Königstraße 3 bringt das Erfolgsrezept des Herstellers auf den femininen Punkt: In Toplage wird ein frisches, zielgruppenspezifisches Sortiment an die Frau gebracht.

74

COLLIERS
BADEN-WÜRTTEMBERG
DEUTSCHLAND
WELTWEIT

GRENZENLOS ERFOLGREICH

Colliers Bräutigam & Krämer engagiert sich weit über die Grenzen Stuttgarts hinaus. In der ganzen Metropolregion bis nach Freiburg und Karlsruhe ist die Projektentwicklungs- und Vermietungskompetenz des Unternehmens gefragt. Colliers Bräutigam & Krämer gehört außerdem zu dem Netzwerk des weltweiten Branchenleaders Colliers International. Hier kommen das Know-how und die Erfahrung von sechs selbstständigen, eng vernetzten Partnern in Deutschland sowie 522 Büros in 62 Ländern zusammen. Durch diese Synergien ist Colliers Bräutigam & Krämer auch verlässlicher Ansprechpartner für überregionale und internationale Unternehmen.

COLLIERS BRÄUTIGAM & KRÄMER IN BADEN-WÜRTTEMBERG

Der Südwesten Deutschlands gehört zu den wohlhabenden Regionen in Deutschland und Europa: Baden-Württemberg nimmt im Vergleich der deutschen Länder eine Spitzenposition ein mit einem überdurchschnittlich hohen Pro-Kopf-Einkommen, einem hohen Lohnniveau, einer vergleichsweise niedrigen Arbeitslosenquote sowie einer hohen Finanzkraft. Kein Wunder, dass der Einzelhandel in der ganzen Region aufblüht. Indiz dafür ist unter anderem die stetig wachsende Zahl der Beschäftigten im Einzelhandel.

HECHT-CARRÉ
KÖNIGSTRASSE, TUTTLINGEN

Alle Wege führen zum Hecht-Carré. In diesem Falle keine Übertreibung, flankiert das Einkaufszentrum doch den zentralen Marktplatz Tuttlingens. Nach einem Dornröschenschlaf wurde der Standort 2010 durch Umbau und Sanierung inklusive Fassade und erweiterter Ladenflächen wieder wachgeküsst. Die Maßnahmen von Colliers Bräutigam & Krämer zeigten schnell Erfolg: Die Neustrukturierung der Flächen hat den Einzelhandel nachhaltig gestärkt. Topmieter wie H&M und Tally Weijl folgten.

NUTZUNG: Büro-, Gastronomie- und Handelsflächen
GESAMTFLÄCHE: 38.000 m²
VERKAUFSFLÄCHE: 2.500 m²
ARCHITEKTEN: Wöhr Heugenhauser Architekten
FERTIGSTELLUNG: 2011

AM FISCHBRUNNEN/ MARKTSTRASSE
PLOCHINGEN

In Nachbarschaft zu Hundertwassers Regenbogenturm führt die Immobilie in der Marktstraße 2 die Dinge des Alltags zusammen. Colliers Bräutigam & Krämer plante das Flächenlayout, einen zweiten Eingang sowie eine Ladenpassage und vermietete die damit geschaffene Verkaufsfläche von rund 1.500 Quadratmetern: etwa an den Müller Drogeriemarkt als Ankermieter. Eine Revitalisierung mit Erfolg, die Stadtbild und Lebensalltag der 14.000-Einwohner-Gemeinde bereichert und Kaufkraft binden konnte.

NUTZUNG: Einkaufszentrum, Büroflächen
GESAMTFLÄCHE: 5.000 m²
VERKAUFSFLÄCHE: insg. 3.300 m²
ARCHITEKTEN: Michelgroup
FERTIGSTELLUNG: 2002

DAS ES!
BERLINER STRASSE, ESSLINGEN

Auf dem ehemaligen Post-Areal zwischen Innenstadt und Hauptbahnhof steht das größte Einkaufszentrum Esslingens: Das ES! Von Anfang an Teil des Konzeptes: eine Mall in der City statt auf der grünen Wiese. Colliers Bräutigam & Krämer übernahm die Konzeption des Gesamtprojekts, die Vermietung der insgesamt 22.100 Quadratmeter für Einzelhandel- und Büronutzung sowie den Verkauf an den Endinvestor. Es wurden Nachbargrundstücke arrondiert sowie eine Sortiments- und Branchen-optimierung vorbereitet und durch die Auswahl lokaler und filialisierter Handelskonzepte realisiert. Heute stehen unter anderem 23 Fachhändler, ein Ärztezentrum und verschiedene Dienstleistungen für das ganzheitliche Konzept, das die Bahnhofstraße zur 1A-Lage aufgewertet hat.

NUTZUNG: Einkaufszentrum, Büroflächen
GESAMTFLÄCHE: 44.300 m²
VERKAUFSFLÄCHE: 13.500 m²
ARCHITEKTEN: KBK Architekten, Belz, Kucher, Lutz, Stuttgart
FERTIGSTELLUNG: 2002

KOCHERQUARTIER
DIETRICH-BONHOEFFER-PLATZ, SCHWÄBISCH HALL

Auf dem ehemaligen Gelände einer Vollzugsanstalt erwuchs ein Stadtquartier, das sich strukturell in den historischen Stadtkern einfügt. Auf 18.000 Quadratmetern entstanden Flächen für Handel (rund 11.000 Quadratmeter), Dienstleistung, Bildung, Gastronomie und Wohnungen. Colliers Bräutigam & Krämer gelang es, den vorhandenen Einzelhandel durch die Ansiedlung 22 zusätzlicher Marken zu stärken, darunter Douglas Parfümerie, Gerry Weber, Depot, Vero Moda, Ludwig Görtz, Tom Tailor, Esprit, Telekom, Bonita und Rewe City Markt. Das Ergebnis spricht für sich: zehn Prozent mehr Besucher nach nur zehn Monaten.

NUTZUNG: Wohn-, Gastronomie- und Handelsflächen
GESAMTFLÄCHE: 18.000 m²
VERKAUFSFLÄCHE: 11.000 m²
ARCHITEKTEN: Flender & Drobig, Kraft + Kraft Architekten
FERTIGSTELLUNG: 2011

WESTARKADEN
BERLINER ALLEE, FREIBURG

Wohnen und Shoppen – ein Traum für Konsumfreunde. Das Stadtquartier Westarkaden verbindet in vier Baublöcken Wohnungen mit Nutzflächen für Dienstleister, Gastronomie und Einzelhandel. Ein Parkhaus mit 400 kostenfreien Parkplätzen ergänzt das Konzept. Auch ein Gewinn für die privaten Anleger: Der Mix aus Wohnen und Einzelhandel in dieser wachstumsstarken Region bietet eine attraktive Kombination aus Sicherheit und Rendite. Colliers Bräutigam & Krämer beriet den Projektentwickler Peter Unmüssig bei der Konzeption und Vermietung.

NUTZUNG: Büro-, Wohn- und Handelsflächen
GESAMTFLÄCHE: 10.900 m²
VERKAUFSFLÄCHE: 1.300 m²
ARCHITEKTEN: Freitag Kaltenbach und Partner
PROJEKTENTWICKLER: Unmüssig Bauträgergesellschaft Baden mbH
FERTIGSTELLUNG: 2012

KAISER-JOSEPH-STRASSE 192
FREIBURG

Es ist ein Schmuckstück, das der Münchner Architekt Wolfram Wöhr am Standort eines der ersten Kolonialwarenkaufhäuser der Stadt entworfen hat. Die Fassade interpretiert ursprüngliche Elemente: ein Spiel von Form und Bewegung mit den für Freiburg typischen, hier besonders großzügigen Arkaden. Colliers Bräutigam & Krämer begleitete die Aufteilung der ca. 2.100 Quadratmeter großen Verkaufsfläche auf vier Etagen und erreichte eine optimale Flächenproduktivität mit erstklassigem Nutzermix aus Thalia (Douglas Gruppe) und Promod.

NUTZUNG: Büro- und Handelsflächen
GESAMTFLÄCHE: 4.000 m²
VERKAUFSFLÄCHE: 3.000 m²
ARCHITEKTEN: Wöhr Heugenhauser Architekten
PROJEKTENTWICKLER: Unmüssig Bauträgergesellschaft Baden mbH
FERTIGSTELLUNG: 2013

BURSEN-GALERIE
BERTOLDSTRASSE/KAISER-JOSEPH-STRASSE, FREIBURG

Das mittelhochdeutsche Wort „burso“ heißt soviel wie Kasse bzw. Beutel. Passender könnte die Bezeichnung der Ladenpassage im historischen Bursengang kaum sein. Nachdem das Einkaufszentrum gleichen Namens seit den 1950er Jahre fast unverändert bestand, war es Zeit für Neues. Colliers Bräutigam & Krämer konzipierte ein Flächenlayout, das optimal den Anforderungen des Einzelhandels entspricht. Mit neuer Fassade und neuem Image startete die Bursen-Galerie 2011 in eine vielversprechende Zukunft. Ein Roland Schuhfachgeschäft, Lush und I AM runden den bestehenden Mietermix ab.

NUTZUNG: Einkaufszentrum, Büroflächen
GESAMTFLÄCHE: 5.300 m²
VERKAUFSFLÄCHE: 1.800 m²
ARCHITEKTEN: Horbach Architekten
FERTIGSTELLUNG: 2011

QUARTIER UNTERLINDEN
FAHNENBERGPLATZ, FREIBURG

Mit dem Quartier Unterlinden gelang es dem Eigentümer, der Sparkasse Freiburg, die Nordwestecke der Freiburger Innenstadt erheblich aufzuwerten und eine der letzten Lücken in diesem Bereich zu schließen. Das Ensemble vereint Arbeitsraum und Einzelhandel mit anspruchsvoller Architektur. In Zusammenarbeit mit Colliers Bräutigam & Krämer wurde ein Retailmix geschaffen mit Unternehmen wie Rewe, Alnatura, Das Depot, Max Menswear und Lisa Moden. Gastronomie – unter anderem Vapiano – und ein Fitnesscenter runden das Angebot ab. Inzwischen ist das Quartier Unterlinden zu einer festen Adresse in Freiburg geworden.

NUTZUNG: Büro-, Gastronomie- und Handelsflächen
GESAMTFLÄCHE: 38.000 m²
VERKAUFSFLÄCHE: 7.500 m²
ARCHITEKTEN: Wöhr Heugenhauser Architekten
PROJEKTENTWICKLER: Unmüssig Bauträgergesellschaft Baden mbH
FERTIGSTELLUNG: 2011

COLLIERS DEUTSCHLAND

Colliers Deutschland ist ein Netzwerk von fünf rechtlich selbstständigen, regional führenden Immobilienberatern unter einem Markendach. Corporate Solutions, Immobilienbewertung, Property & Asset Management sowie Hotelvermittlung und -consulting ergänzen das Dienstleistungsangebot.
Durch die konsequente Bündelung der Kernkompetenzen und die Zusammenarbeit mit 120 Kooperationspartnern stehen Ihnen deutschlandweit leistungsstarke Ansprechpartner zur Verfügung. So werden Synergien nutzbar.

COLLIERS BERLIN
COLLIERS BERLIN GMBH

Leipziger Platz 7
D - 10117 Berlin
Telefon +49 30 202993-0
www.colliers-berlin.de

COLLIERS DÜSSELDORF
TROMBELLO KÖLBEL IMMOBILIENCONSULTING GMBH

Steinstraße 1 - 3
D - 40212 Düsseldorf
Telefon +49 211 862062-0
www.colliers.tk-immobilien.de

COLLIERS FRANKFURT
COLLIERS SCHÖN & LOPEZ SCHMITT GMBH

Ulmenstraße 37 - 39
D - 60325 Frankfurt a. M.
Telefon +49 69 719192-0
www.colliers-sls.de

COLLIERS MÜNCHEN
COLLIERS SCHAUER & SCHÖLL GMBH

Dachauer Straße 63
D - 80335 München
Telefon +49 89 624294-0
www.colliers-schauer.de

COLLIERS STUTTGART
COLLIERS BRÄUTIGAM & KRÄMER GMBH

Königstraße 5
D - 70173 Stuttgart
Telefon +49 711 22733-0
www.colliers-bk.de

COLLIERS CORPORATE SOLUTIONS GMBH

Ulmenstraße 37 - 39
D - 60325 Frankfurt a. M.
Telefon +49 69 719192-60
www.colliers-cs.de

COLLIERS HOTEL GMBH

Leipziger Platz 7
D - 10117 Berlin
Telefon +49 30 202993-50
www.colliers-hotel.de

COLLIERS MANAGEMENT GMBH

Pettenkoferstraße 22
D - 80336 München
Telefon +49 89 5449186-0
www.colliers-management.de

COLLIERS VALUATION GMBH

Dachauer Straße 63
D - 80335 München
Telefon +49 89 624294-74
www.colliers-valuation.de

COLLIERS WELTWEIT

Weltweit kooperiert Colliers Bräutigam & Krämer mit unabhängigen Mitgliedern, den Colliers International Property Consultants. Machen Sie die internationale Erfahrung und das lokale Know-how zu Ihrem Vorteil. Das Netzwerk bietet mit rund 12.000 Mitarbeitern Präsenz in 522 Büros in über 62 Ländern.

WELTWEITE STANDORTE

ALBANIEN
ARGENTINIEN
AUSTRALIEN
BALTIKUM
BELGIEN
BRASILIEN
BULGARIEN
CHILE
CHINA
COSTA RICA
DÄNEMARK
DEUTSCHLAND
FINNLAND
FRANKREICH
GRIECHENLAND
GROSSBRITANNIEN
HONGKONG
INDIEN
INDONESIEN
IRLAND
ITALIEN
JAPAN
KANADA
KASACHSTAN
KOLUMBIEN
KOREA
KROATIEN
MACAU
MEXIKO
MONTENEGRO
NEUSEELAND
NIEDERLANDE
NORDIRLAND
NORWEGEN
ÖSTERREICH
PAKISTAN
PANAMA
PERU
PHILIPPINEN
POLEN
PORTUGAL
RUMÄNIEN
RUSSLAND
SAUDI-ARABIEN
SCHWEDEN
SCHWEIZ
SERBIEN
SINGAPUR
SLOWAKEI
SPANIEN
SÜDAFRIKA
TAIWAN
THAILAND
TSCHECHIEN
TÜRKEI
UKRAINE
UNGARN
USA
VEREINIGTE
ARABISCHE EMIRATE
VIETNAM
WEISSRUSSLAND

IHR EINZELHANDELSTEAM BEI COLLIERS BRÄUTIGAM & KRÄMER

(v.l.n.r.): Silvia Bunthoff, Michael Bräutigam, Jürgen Track (vorne), Philipp Nothdurft, Patricia Karwath und Falko Streber.

MICHAEL BRÄUTIGAM
Dipl.-Betriebswirt (FH)
Geschäftsführender Gesellschafter
+49 (0)711 22733-11
michael.braeutigam@colliers.de

JÜRGEN TRACK
Dipl.-Betriebswirt (FH)
Immobilienökonom (ebs)
Partner, Projektentwicklung/Investment
+49 (0)711 22733-15
juergen.track@colliers.de

FALKO STREBER
Dipl.-Betriebswirt (FH)
Partner, Teamleiter Einzelhandel
+49 (0)711 22733-23
falko.streber@colliers.de

SILVIA BUNTHOFF
M.A. Wirtschaftsgeographie
Beratung Einzelhandel
+49 (0)711 22733-94
silvia.bunthoff@colliers.de

PHILIPP NOTHDURFT
Diplom-Ingenieur
Beratung Einzelhandel
+49 (0)711 22733-26
philipp.nothdurft@colliers.de

PATRICIA KARWATH
Dipl.-Mathematikerin
Partner, Beratung Einzelhandel
+49 (0)711 22733-14
patricia.karwath@colliers.de

IMPRESSUM

Herausgeber
Colliers Bräutigam & Krämer GmbH
Königstraße 5, 70173 Stuttgart,
www.colliers.de

Konzept und Realisation
Blocher Blocher View GmbH & Co. KG
Herdweg 19, 70174 Stuttgart
www.blocherblocher.com

Chefredaktion
Angela Kreutz

Redaktionsleitung
Michael Mirwald

Redaktion
Blocher Blocher View
Colliers Bräutigam & Krämer

Lektorat
Michael Raeke, Laura Hackelöer

Art Direktion
Thorsten-Alexander Karl

Grafik
Carolin Lintl, Corinna Sahm,
Mitarbeit: Sophie-Theres Müller, Tim Richter

Fotos
Klaus Mellenthin, Marc Weigert, Thomas Pressel,
Michael Bamberger, Michael Weber, Florian Selig,
Arne Hartenburg, Matthes Schrof

Renderings
Aldinger & Wolf Visualisierungen, Bülow AG,
Behnisch Architekten, E. Breuninger GmbH & Co,
Fürst Developments GmbH, wwa Architekten

Digitale Druckvorstufe
ReproMayer GmbH & Co. KG

Druck und Verarbeitung
RöslerDruck GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers sowie Text- und Bildhinweis "Colliers Bräutigam & Krämer - Immobilienreport Einzelhandel 2013". Alle Informationen in dieser Publikation nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr.

Colliers
INTERNATIONAL

www.colliers.com