MARKT & FAKTEN

EINZELHANDEL | STUTTGART | 2010 · 2011

Colliers Bräutigam & Krämer GmbH & Co. KG

Colliers INTERNATIONAL

INHALT

VORWORTE

Landeshauptstadt Stuttgart 2
Colliers Bräutigam & Krämer 3

DER STUTTGARTER EINZELHANDEL IM ÜBERBLICK 4

DIE TOPEINKAUFSLAGEN VON STUTTGART 6

Königstraße 8
Stiftstraße, Kirchstraße, Sporerstraße, Marktplatz 10
Calwer Straße, Kiene-, Kronprinz-, Büchsenstraße 12
Schulstraße, Hirschstraße, Eberhardstraße 14
Bolzstraße, Lautenschlagerstraße, Kronenstraße 16
Tübinger Straße, Sophienstraße, Marienstraße 18

STADTTEILLAGEN, STADTTEILZENTREN 20

Killesberg, Projekt „Forum K“ 21
Bad Cannstatt, Marktstraße 22
Feuerbach, Stuttgarter Straße 23
Degerloch, Epplestraße 24
Zuffenhausen, Unterländer Straße 25
Sillenbuch, Kirchheimer Straße 26
Vaihingen, Vaihinger Markt 27

REFERENZEN

Unsere Philosophie 28
Unser einzelhandelsspezifisches Leistungsspektrum 29
Projektentwicklung 30
Vermietung 32

COLLIERS DEUTSCHLAND 34

COLLIERS INTERNATIONAL 35

KONTAKT 36

Vorwort Landeshauptstadt Stuttgart

Stadt und Handel sind von jeher untrennbar miteinander verbunden. Eine lebendige Handelslandschaft in der Innenstadt ist immer ein Zeichen für die wirtschaftliche Kraft einer Stadt. Stuttgart, das pulsierende Oberzentrum einer Region mit rund 3 Mio. Einwohnern, zeigt diese wirtschaftliche Stärke als Hightech-Region, die unter den Top Ten in Europa ist. Die Landeshauptstadt ist Dreh- und Angelpunkt des wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Geschehens des drittgrößten Ballungsraumes in Deutschland. Die schwäbische Metropole verfügt dementsprechend über eine Vielzahl überregional bedeutsamer Einrichtungen wie z. B. die Landesregierung mit ihren Ministerien, zahlreiche Universitäten, Hoch- und Fachhochschulen, private und öffentliche Forschungseinrichtungen, zentrale Bibliotheken, Museen und Galerien, Konzerthäuser, Oper, Ballett, mannigfaltige Freizeiteinrichtungen, Krankenhäuser der Zentral- und Maximalversorgung sowie den internationalen Flughafen Stuttgart. Stuttgart ist zweitgrößter deutscher Börsen-Standort und Finanzplatz, leistungsstarker Messeplatz mit attraktivem Tagungs- und Kongresszentrum, eine Tourismus-Destination mit einer umsatzstarken und anziehenden Einkaufsstadt.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau ist in Stuttgart deutlich höher als im Land Baden-Württemberg und im bundesdeutschen Durchschnitt. Entsprechend trotzte der hiesige Einzelhandel der Wirtschaftskrise und ist ein stabiler Faktor für die Wirtschaft. Filialisten zieht es vor allem in die Toplagen der City, sodass dort das Niveau der Spitzenmiete gleichbleibend hoch ist und die Flächennachfrage sogar über dem Angebotsvolumen liegt.

Ein deutliches Wachstumspotenzial bestätigen Analysten dem Stuttgarter Einzelhandelsmarkt. Zumal die veränderten Bedürfnisse des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebens sowie steigende Einwohnerzahlen und demografischer Wandel neue Handelskonzepte verlangen. Kreativität bei der Umsetzung neuer Ideen, einen sich weiter entfaltenden Markt sowie die Chance, aktiv mitzugestalten – das bietet Stuttgart dem Einzelhandel.

An dieser Stelle möchten wir ganz herzlich den Einzelhandelsexperten von Colliers Bräutigam & Krämer danken, deren praktizierte „Public Partnership" die Neuauflage dieser Publikation ermöglicht hat. Unser gemeinsames Ziel ist es, die Einkaufsstadt Stuttgart für den regionalen, nationalen und internationalen Wettbewerb noch attraktiver zu machen.

Dr. Wolfgang Schuster
Oberbürgermeister
Landeshauptstadt Stuttgart

Dr. Klaus Vogt
Leiter Wirtschaftsförderung
Landeshauptstadt Stuttgart

STUTTGART

Vorwort Colliers Bräutigam & Krämer

Dieser Marktbericht wurde in einer Zeit erstellt, in der eine Diskussion die Stadt spaltet, wie es bisher kaum ein Ereignis in der Stadt gegeben hat. Stuttgart 21 polarisiert. Obwohl man das Projekt in einzelnen Punkten durchaus kritisch hinterfragen muss, ist es eine einmalige Chance die Infrastruktur für die Region zu verbessern. Für die Stadtentwicklung bedeutet dies anstelle der heutigen Gleisanlagen neuer Raum für Grünanlagen, Wohnen, Arbeiten und Einkaufen. Raum ist aufgrund der topografischen Lage ein knappes Gut in Stuttgart.

In den vergangenen zehn Jahren hat die Innenstadt in weiten Teilen eine signifikante Revitalisierung erlebt. Rund 40.000 m² neue Einzelhandelsflächen wurden neu geschaffen. Namhafte Adressen wie Peek & Cloppenburg, SportScheck oder Hugendubel haben sich niedergelassen. Ein Zuwachs an Einzelhändlern bedeutet mehr Vielfalt und einen starken Handelsstandort durch eine wachsende Zentralität. Auch künftig werden Immobilieninvestitionen und spannende Projekte wie das „Quartier am Karlsplatz“, das „Bülow Carré“, das „Postquartier“ und das „Quartier S“ die Innenstadt prägen und verändern.

Erfreulich sind die Aussichten, die die Experten der GfK unserem Standort prognostizieren und die wir nachfolgend gerne zitieren. Demnach ist damit zu rechnen, dass die unterschiedlichen Ausgangsbedingungen der europäischen Länder auch künftig zu einer sehr differenzierten Entwicklung der Kaufkraft führen werden. Ein hohes Bildungsniveau und Innovationskraft voraussetzend werden die „aktuell kaufkraftstarken Regionen ihre Position in den nächsten Jahren halten oder sogar ausbauen können. Deutschland wird seinen Platz im oberen Mittelfeld der kaufkraftstärksten Regionen Europas behaupten. Der wohlhabende Süden des Landes kann sogar noch deutlich an Kaufkraft zulegen.“ Dass Deutschland 2010 überdies das beliebteste Expansionsziel internationaler Einzelhändler in Europa sein soll, passt da ins Bild.

Wenn das keine guten Aussichten sind.

Michael Bräutigam
Geschäftsführer
Colliers Bräutigam & Krämer GmbH & Co. KG

Volker T. Krämer
Geschäftsführer
Colliers Bräutigam & Krämer GmbH & Co. KG

Martin Klöble
Geschäftsführer
Colliers Bräutigam & Krämer GmbH & Co. KG

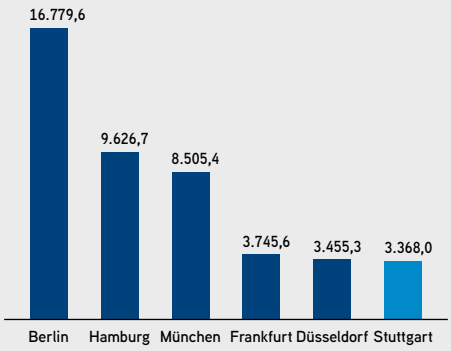
Der Stuttgarter Einzelhandel im Überblick

Noch immer ist der Einzelhandel in seiner Gesamtheit von großen realen Zuwächsen weit entfernt. Die Schlagzeilen werden beherrscht von großen wirtschaftlichen Schwierigkeiten namhafter Einzelhändler. Auch die Verkaufsfläche pro Kopf steigt weiter an.

Nicht die besten Voraussetzungen im Einzelhandel für die nächsten Jahre, könnte man meinen. Doch dies ist nicht das Bild, das uns die Gespräche mit vielen etablierten Filialisten vermitteln. Eine sehr positive Stimmung prägt das Bild. Einige der erfolgreichsten deutschen Handelskonzepte stellen wir in unserem neuen Einzelhandelsmarktbericht 2010/2011 vor. Zahlen und Stimmungsbilder werden dabei überraschen, weichen sie doch erheblich ab vom Bild, welches der breiten Öffentlichkeit von der aktuellen Situation im Einzelhandel vermittelt wird. Investoren haben diesen Trend erkannt und bevorzugen einzelhandelsorientierte Entwicklungen. Die Nutzer dieser Vorhaben sehen in der Erschließung neuer Märkte innerhalb Deutschlands ein erhebliches Potenzial und ziehen mit.

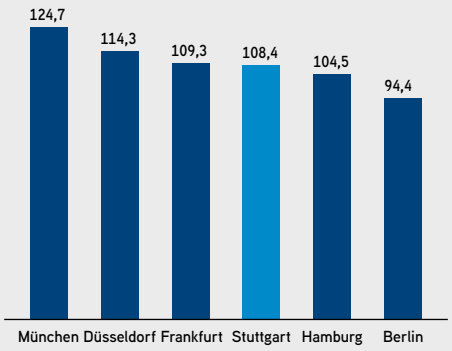
Synergetische, den vorhandenen Einzelhandel durch komplementäre Angebote stärkende Entwicklungen liegen dabei besonders im Trend. Abgeschlossene Einzelhandelsentwicklungen ohne Anschluss ans Umfeld stoßen häufig auf ein sehr kritisches Umfeld.

EINZELHANDELSRELEVANTE KAUFKRAFT (IN MIO. €)



Quelle: Gfk GeoMarketing GmbH, 2010

EINZELHANDELSRELEVANTE KAUFKRAFTKENNZIFFER

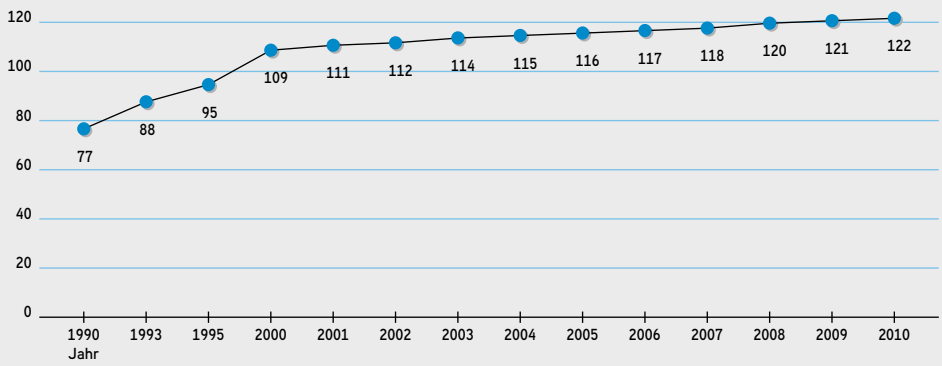


Quelle: Gfk GeoMarketing GmbH, 2010

KAUFKRAFTKENNZIFFER

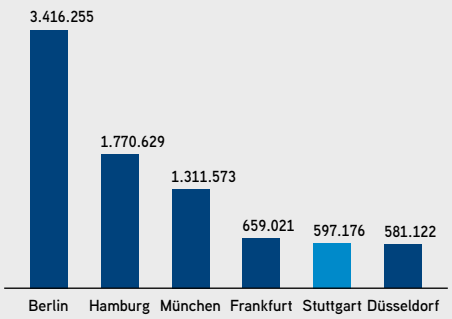
Die Kaufkraftkennziffer stellt die Nettoeinkünfte der Einwohner einer Region dar, d.h. das Nachfragepotenzial der Endverbraucher an einem Standort.
Bundesdurchschnitt = 100
Ein Kennzifferwert über 100 gibt Auskunft über ein überdurchschnittliches, ein Kennzifferwert unter 100 über ein unterdurchschnittliches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

FLÄCHENENTWICKLUNG EINZELHANDEL DEUTSCHLAND (IN MIO. m²)



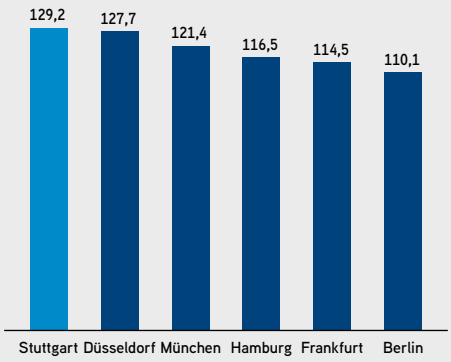
Quelle: HDE Hauptverband des Deutschen Einzelhandels

EINWOHNER IM STADTGEBIET



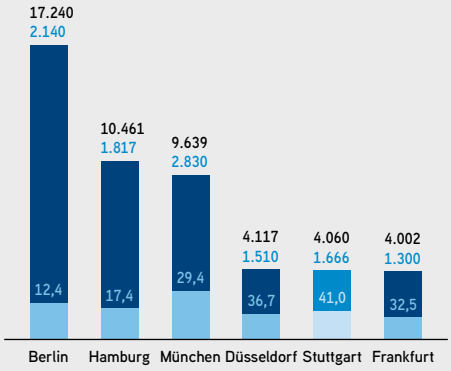
Quelle: Gfk GeoMarketing GmbH, 2010

ZENTRALITÄTSKENNZIFFER



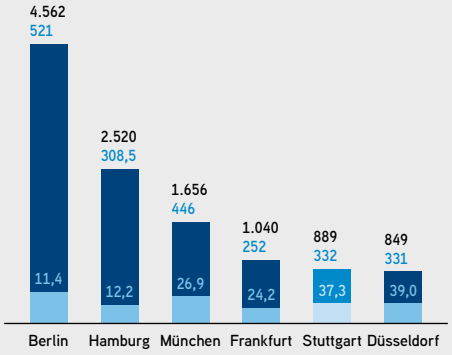
Quelle: Gfk GeoMarketing GmbH, 2010

EINZELHANDELSUMSATZ (IN MIO. €) DAVON IN DER INNENSTADT (IN %)



Quelle: Gfk GeoMarketing GmbH, 2010

EINZELHANDELSRELEVANTE VERKAUFSFLÄCHE (IN 1.000 m²) DAVON IN DER INNENSTADT (IN %)



Quelle: Gfk GeoMarketing GmbH, 2010

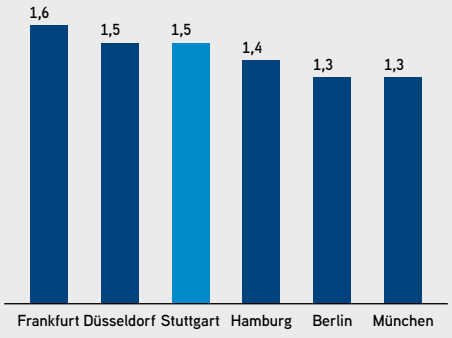
ZENTRALITÄTSKENNZIFFER

Die Zentralitätskennziffer stellt die Differenz der Umsatz- und Kaufkraftkennziffer dar und beschreibt, inwiefern die Kaufkraft aus dem Umland zu- bzw. an das Umland abfließt.
Bundesdurchschnitt = 100
Bei einem Wert über 100 überwiegen die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland, in dieser Region wird mehr Einzelhandelsumsatz getätigt als der dort lebenden Bevölkerung an Kaufkraft zur Verfügung steht. Bei einem Wert unter 100 überwiegen Kaufkraftabflüsse an das Umland, in dieser Region wird weniger Einzelhandelsumsatz getätigt als der dort lebenden Bevölkerung an Kaufkraft zur Verfügung steht.

EINZELHANDELSUMSATZ

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

VERKAUFSFLÄCHE PRO EINWOHNER (IN m²)



Quelle: Gfk GeoMarketing GmbH, 2010

Die Topeinkaufslagen von Stuttgart

Eine gute Nachfrage ohne Leerstände bestimmt den Vermietungsmarkt in der Stuttgarter City. Spitzenreiter der gefragten Lagen bleibt weiterhin die Königstraße, welche von Verdrängung und Standortverlagerungen geprägt wird. Die Preisentwicklung ist im Bereich der Bestlagen stabil mit leicht steigender Tendenz.

In Nebenlagen steigt die Vermarktungsdauer der Flächen, von steigenden Mietzinsen ist hier derzeit nicht auszugehen. Besonders im Fokus der Einzelhändler stehen zusammenhängende Stadtquartiersentwicklungen und Center mit betont extrovertierter Ausrichtung.

Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Königstraße

Die **Königstraße** gilt als eine der frequenzstärksten Lagen Deutschlands mit Mietpreisen bis über 300,– €/m²/Monat für Ladenlokale bis 100 m². Bei bundesweiten Frequenzmessungen landet die Königstraße mit 9.000 bis 11.000 Passanten pro Stunde regelmäßig auf einem der ersten fünf Plätze.

Nach wie vor expansiv zeigen sich Hersteller mit eigenen Monolabelstores, aber auch internationale Konzepte wagen den Sprung nach Stuttgart. Die auffälligsten Neuzugänge gab es in der unteren Königstraße. Der bedeutendste sicher die Yeans Halle, die K & L Ruppert ersetzte. Hervorzuheben auch deshalb, weil hier ein regionales Unternehmen den Vorzug erhielt und auf ca. 3.600 m² Verkaufsfläche eine wirkliche Attraktion und Neues liefert. Bemerkenswert auch die stille Fluktuation der Sporthäuser Adidas und Puma, die durch s.Oliver und Stefanel ersetzt wurden. Hennes & Mauritz übernimmt den durch Umwidmung erweiterten Laden von Douglas für ein neues Konzept, Mustang ersetzte Terranova.

Vermietung durch
Colliers Bräutigam & Krämer

Auch in der oberen Königstraße wird der Wechsel durch Filialunternehmen dominiert. Das Depot, 2010 mit dem Award des Deutschen Handelsverbandes „Store of the Year“ ausgezeichnet, ersetzte Leiser im „Weißen Haus“. Neue Auftritte gibt es auch von Tally Weijl und Promod, welche jeweils eine Teilfläche des Schuhhauses Tack übernahmen.

Nachfrage und Preisentwicklung sind stabil und derzeit kaum steigend. Vorvermietungszeiträume von bis zu zwei Jahren sind in der Highstreet möglich.

Vermietung durch
Colliers Bräutigam & Krämer

GRIES DECO COMPANY
Christian Gries
Geschäftsführer

Die Gries Deco Company (GDC), bekannt durch ihre Handelskette Depot, ist für die Zukunft sehr positiv gestimmt und gut aufgestellt. Auch 2009 ist man auf Wachstumskurs geblieben. Das Unternehmen hat den Umsatz um 35 % gesteigert, erfolgreich das Filialnetz ausgebaut, das Angebot um neue Produktlinien erweitert und ein innovatives Ladenkonzept eingeführt. Außerdem gelang die erfolgreiche Expansion in der Schweiz und in Österreich. Auch wird in den nächsten Jahren das hohe Tempo beibehalten und die Expansion weiter forciert. Man sieht noch viele Möglichkeiten, in Deutschland und im europäischen Ausland zu wachsen. In den nächsten drei Jahren sollen 180 neue Standorte eröffnet werden.

Die Handelskette Depot wird wie ein Modeunternehmen geführt. Sie ist vertikal organisiert und kontrolliert die gesamte Wertschöpfungskette von der Herstellung der Artikel bis zum Verkauf. *„Dadurch haben wir eine ausgesprochen starke Position beim Wareneinkauf und können unseren Kunden hochwertige Produkte zu fairen Preisen anbieten“*, erläutert Christian Gries.

Die Gries Deco Company GmbH ist auf den Import und Handel mit Wohnaccessoires, Geschenkartikeln und Kleinmöbeln für den gesamten Einrichtungsbereich spezialisiert. 1995 wurde zusätzlich zum Depot-Großhandel, Depot als eigene Vertriebsschiene für den Endkunden eingeführt. Das 1948 von Oskar Gries gegründete Unternehmen beschäftigt derzeit rund 2.200 Mitarbeiter. 2010 wurde Depot mit dem Award des Deutschen Handelsverbandes „Store of the Year 2010“ ausgezeichnet. Geehrt wurde dabei das Unternehmen, da es bestens aufgestellt ist, vom zukunftsweisenden Einkauf über das Marketing bis hin zur Sortimentpräsentation. Besonders herausgestellt wurde außerdem „der designgeprägte Ansatz, der Architektur, Wohn- und Farbwelten miteinander in den Filialen verbindet“. Die 11-köpfige Jury aus Handelsexperten begutachtete für ihre Urteilsfindung die Hamburger Filiale in der Spitaler Straße und kürte sie zum „Store of the Year“ in der Kategorie Living. Depot setzte sich damit gegen mehr als 40 Mitbewerber durch.

Stiftstraße, Kirchstraße, Sporerstraße, Marktplatz

Ladenmieten in €/m²*

60 – 80 | 80 – 100 | 130 – 160

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

Wettbewerbssieger:
Behnisch Architekten

PROJEKT „QUARTIER AM KARLSPLATZ"

Das Gemeinschaftsprojekt von Breuninger und dem Land Baden-Württemberg am Karlsplatz ist neben dem „Quartier S" das Highlight innerstädtischer Quartiersentwicklungen in Stuttgart. Der spektakuläre Entwurf des Architekten Behnisch sieht einen Mix aus Büros und hochwertigen Einzelhandelsflächen, erstklassiger Hotellerie und Gastronomie vor. Im Umfeld des Stammhauses von Breuninger entsteht hier auf ca. 8.000 m² Verkaufsfläche ein neuer Schwerpunkt für kleinteilige, hochwertige Einzelhandels- und Gastronomiekonzepte.

Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Hier befinden sich die internationalen Toplabels wie Louis Vuitton, Cartier, Mont Blanc oder Escada. Aufgrund seiner Kauf- und Wirtschaftskraft ist Stuttgart Wunsch-Destination im Standortnetzwerk vieler internationaler High-End-Labels. Eine höhere Dichte an Luxuslabels wäre also möglich, konnte aufgrund des begrenzten Flächenangebotes sowie der niedrigen Fluktuation in diesem Umfeld bislang jedoch noch nicht umgesetzt werden. Die wichtigsten Neuzugänge sind das österreichische Label Airfield und Juwelier Wellendorf. Ein einzigartiges Cluster an Luxusaccessoires findet sich im Premium Designer Floor des Hauses Breuninger. Hier präsentieren über 30 internationale Designer ihre Marken in einem perfekten Umfeld.

Weitere Stärkung des Standortes verspricht das geplante „Quartier am Karlsplatz", welches einen neuen Schwerpunkt für hochgenrige Konzepte setzen und für zusätzliche Anziehungskraft auf zahlungskräftiges Publikum sorgen wird.

Calwer Straße, Kienestraße, Kronprinzstraße, Büchsenstraße

Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Ladenmieten in €/m²*

20 – 30 | 50 – 60 | 70 – 80 | 90 – 110

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

Die **Calwer Straße** ist die Grande Dame der Stuttgarter Edellagen. Hochgenrige Anbieter wie Marc Cain, Wolford und Ludwig Reiter reihen sich aneinander mit feinen, inhabergeführten Boutiquen. Während der südliche Abschnitt seine Gastronomielastigkeit nicht verleugnen kann, ist der Mieterbesatz im mittleren und nördlichen Teil qualitativ stabil. Ihre Stärke ist der ausgeprägte Besatz an Mode- und Schuhgeschäften, der sich nahtlos in der **Kienestraße** und **Kronprinzstraße** fortsetzt.

Mit der Fertigstellung der Neubauten „Window's", „Kronprinzbau 6" und „BüX" sowie der Revitalisierung des „Kronprinzbau 8" wird nun eine Vernetzung des gesamten Quartiers mit der Stiftstraße und dem Marktplatz erreicht. Die Reihe der Neuzugänge in diesem Umfeld ist beachtlich und wie bisher bei keiner anderen Neuentwicklung in der City: René Lezard, Max Mara, Frankonia Jagd, der neue Feinkost Böhm, Bree, Levi's, Max & Co., Strenesse Blue sowie Thomas Sabo und Bose. In der Calwer Straße sorgen seit Kurzem Ludwig Reiter sowie der Anbieter von Kosmetik- und Wellnessprodukten Just Pure für Verstärkung im hochwertigen Genre.

OTTO GROUP
Michael Bonhold
Direktor

Zur aktuellen Situation im Einzelhandel sagt Michael Bonhold, Direktor, im Konzern zuständig für Retail Expansion und Standortmanagement:

„Die Otto Group verfolgt einen allgemein positiven, wachstumsorientierten Trend. Der Stationärhandel ist ein wichtiger Bestandteil unserer Multichannel-Strategie. Wir sind sehr erfreut, dass im Einzelhandel keine Krise, sondern eine sehr positive Grundstimmung bei steigenden Umsätzen zu verzeichnen ist. Dies trifft ganz besonders auf die Konzepte SportScheck und Manufactum zu."

Die Otto Group setzt sich heute aus einer Vielzahl von Gesellschaften (Einzelhändler und meist handelsnahe Dienstleister) in den bedeutendsten Wirtschaftsräumen der Welt zusammen. Zur Otto Group im stationären Einzelhandel gehören die Konzepte SportScheck, Frankonia, Manufactum, Bonprix und My Toys. Die Gruppe handelt nach dem Motto: „Es gibt keine schlechten Märkte, es gibt nur Unternehmen, die die Märkte erfolgreich oder weniger erfolgreich bedienen. Innovation ist der Schlüssel zum Erfolg."

So hat die Otto Group im Geschäftsjahr 2010 in allen Geschäftssegmenten Wachstum erzielt. Im Kerngeschäft Multichannel-Einzelhandel schloss die Otto Group in Summe mit einem Umsatzplus von 1,4 % ab. Der Anteil des klassischen Kataloggeschäfts am gesamten Multichannel-Einzelhandelsumsatz der Otto Group sank – zuletzt von 50,9 auf 44,4 %. Der Internetanteil stieg weltweit von 36,2 auf 43 %. In Deutschland lag der Umsatz der Otto Group über das Internet schon bei 47,6 %, im Kerngeschäft OTTO betrug der Online-Anteil bereits über 60 %. Das Segment Service, das im Wesentlichen die Logistik- und Reisedienstleister der Otto Group umfasst, verzeichnete einen Zuwachs von 2,1 %. Das Segment Finanzdienstleistungen entwickelte sich dank der verstärkten Internationalisierung – insbesondere in die Länder Süd- und Osteuropas – und einer Erweiterung des Produktportfolios sehr positiv und steigerte auf vergleichbarer Basis den Umsatz um 1,4 %.

Schulstraße, Hirschstraße, Eberhardstraße

Stiftstraße
Dorotheenstraße
Louis Vuitton
Markthalle
Sport Arena
Schulstraße
Schlemmermeyer
Escada
e-plus
Vodafone
The Body Shop
Tritschler
Kirchstraße
O2
T-Punkt
Hofpfisterei
Bijou Brigitte
Sporerstraße
Projektentwicklung „Quartier am Karlsplatz“
Karstadt
Tchibo
Korb Maier
Kurtz
Hirmer
Accessorize
GameStop
mobilcom
Binder Optik
La Casa
Petit Bateau
Buddelei
Haufler
Cafe Scholz
Vodafone
Eilles
Bletzinger
Sigrun Woehr
Königstraße
Marktplatz
Lebkuchen Schmidt
Schlecker
Rathaus
Kaufhaus Breuninger
Neue Brücke
Hirschstraße
Vitalia
Ecco
Heudorf
Woick
Marktstraße
Breitling
Eichstraße
Neubau
Mußler
Ara
O2
Schmale Straße
Nadlerstraße
Juwelier Häffner
JAKO-O
Schuh Grau
Müller Drogerie
Alba Mode
Lindemann´s Buchhandlung
Conrad Electronic
Grüne Erde
Ruth Sellack Schmuck
Linea
Blutsgeschwister
Villeroy + Boch
Breite Straße
Dolzer
Peter Hahn
J-7 hairstyling
Pavillon
Elena
Ralph G.
C&A
La Chaussure
Juwelier Jacobi
Mephisto Schuhe
Block House
Kaufhof
Odlo
Der Club
DM
Beauty House
Anne Korn
Hafendörfer
Eberhardstraße
San's
Subway
Kabel BW

Ladenmieten in €/m²*

25 – 35 | 40 – 70 | 80 – 100 | 110 – 150

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

Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Der hochfrequente, schnelle Lauf der **Schulstraße**, die älteste Fußgängerzone Deutschlands, bietet vor allem Einzelhändlern mit einem hohen Anteil an schnell drehenden Waren und jungem Publikum gute Gelegenheit für Geschäfte. Die interessantesten Neuzugänge der vergangenen zwei Jahre sind das auf Baby- und Kindermoden spezialisierte Label Petit Bateau, der Spieleanbieter Gamestop sowie Accessorize. Ein besonders erwähnenswerter Neuzugang in der **Hirschstraße** ist der Flagshipstore von JAKO-O, der einen neuen Akzent in diesem Bereich der City setzt. Außergewöhnlicher, neuester Ladenbau prägt das Bild, eine Aufwertung für diesen Bereich der Hirschstraße. Auch Dolzer Maßkonfektionäre im Hugendubelhaus, Hirschstraße/Ecke Breite Straße, sorgt für ein gutes Niveau in dieser Lage.

In der **Eberhardstraße** herrscht viel Bewegung auf gutem Niveau, neben DM als Ersatz für Frankonia konnten die Juweliere Jacobi und Ruth Sellak angesiedelt werden. Das Niveau der Eberhardstraße ist in weiten Teilen als gut zu bezeichnen.

Vermietung durch
Colliers Bräutigam & Krämer

Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Bolzstraße, Lautenschlagerstraße, Kronenstraße

PROJEKT „BÜLOW CARRÉ“

Im Projekt „Bülow Carré“ wird der Stuttgarter Investor Horst Bülow zwischen dem Kino Metropol und dem Hauptbahnhof, an Stephan- und Lautenschlagerstraße, einen attraktiven Mix aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung unterbringen. Diese Straßenzüge werden durch die Projekte von Hines und Bülow als Parallelen zur Königstraße deutlich aufgewertet und in ihrem Passantenlauf gestärkt. Eine weitere Ergänzung im Einzelhandelsangebot innerhalb des Cityrings wird somit geschaffen.

In der **Bolzstraße** konnte die Vision der Trendlage mit modernen Fashionangeboten, Textilien und Schuhe, ergänzt durch Galerien, Lifestyle und Nahversorgung sowohl auf Nutzer- als auch auf Vermieterseite bislang nur teilweise vermittelt werden. Erwähnenswert sind die Neuvermietungen an das Street-Fashion-Label WeSC und den Friseur Stylecode, hinter dessen Konzept mit loungigen Ambiente die etablierte Keller Company steht. Die anstehenden Neuvermietungen sind nun richtungsweisend, ob sich die Lage zu einer angesagten Trendlage entwickeln kann oder ob sich hier ein attraktiver, gastronomischer Schwerpunkt manifestiert.

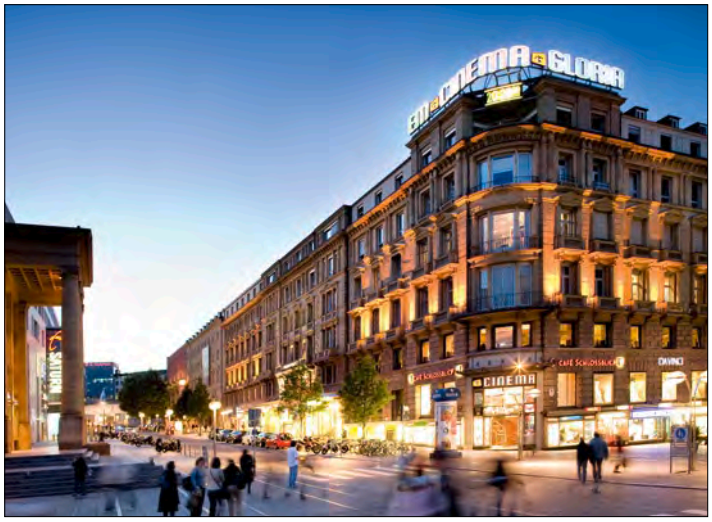
Mehrere Großbaustellen im Bereich der **Lautenschlagerstraße** und **Kronenstraße** sind offensichtliche Zeichen für ein im Umbruch befindliches Stadtviertel. Hines Immobilien revitalisiert aufwendig das „Postquartier" in Stuttgart und dehnt damit den attraktiven innerstädtischen Einzelhandel bis zur Lautenschlagerstraße aus. Insgesamt entstehen ca. 27.000 m² Gewerbefläche, davon etwa 8.000 m² Einzelhandelsfläche mit spektakulärem Antritt in einer 11 m hohen Eingangshalle. Ein besonders markanter Blickfang in diesem Bereich der City. Mit Conrad Electronic – Pilotkonzept auf ca. 3.000 m² – und REWE konnten zwei interessante Neuvermietungen abgeschlossen werden, die einerseits zusätzlich Frequenz und andererseits ein neues, in dieser Lage bisher nicht vertretenes Publikum anziehen. Weitere erstklassige Händler werden sich hier ansiedeln.

Das „Bülow Carré" ist Glanzpunkt und gleichzeitig Schlussstein in der Reihe der aktuellen Baumaßnahmen entlang der Lautenschlagerstraße. Die Ladenzeile im Erdgeschoss verbindet das „Postquartier" mit den „Königsbau-Passagen" und komplettiert die neue Einkaufsstraße zwischen Kronen- und Bolzstraße.

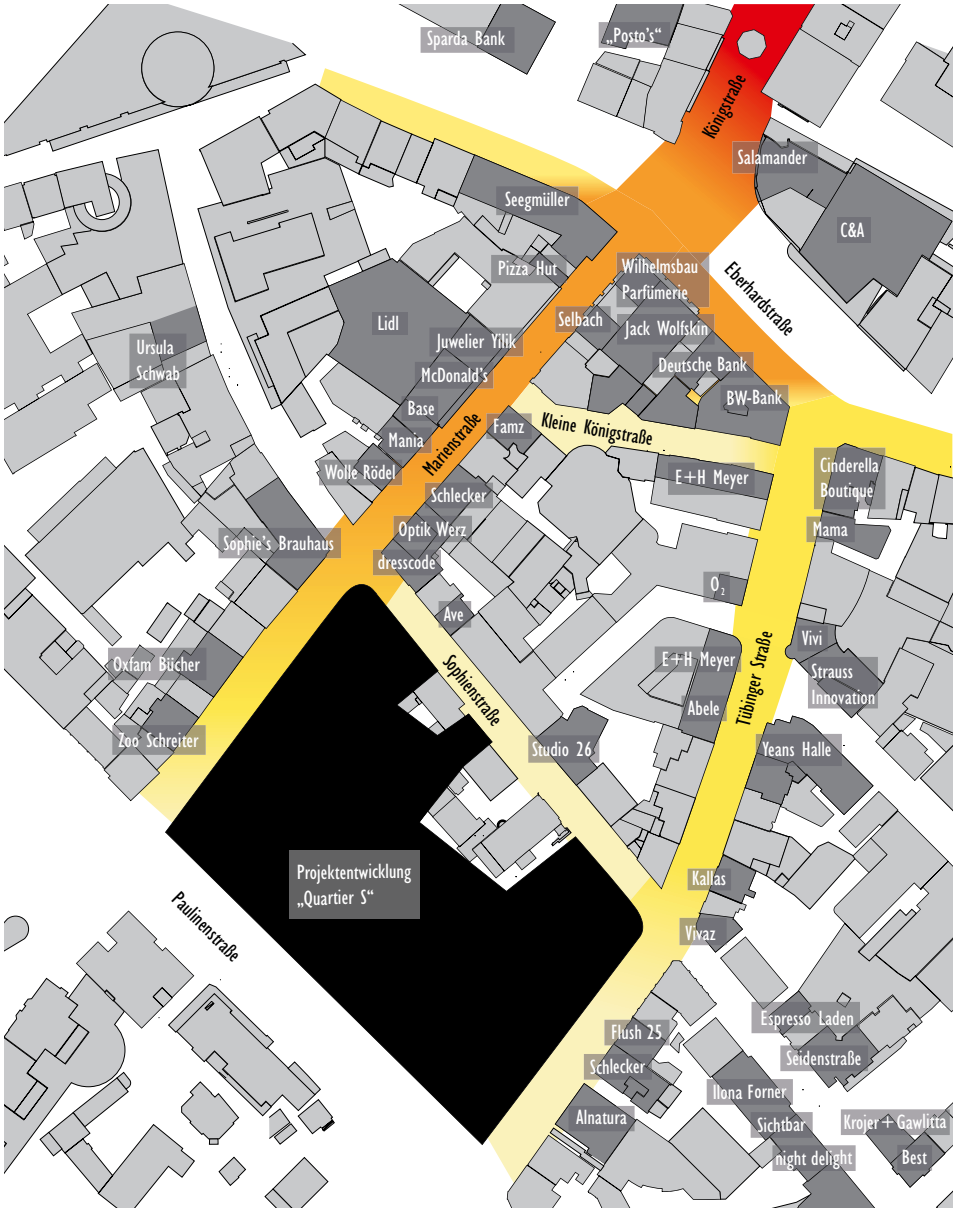
REWE
Andreas Schmidt
Regionsleiter
Zweigniederlassung
Südwest

Die REWE Group ist erfolgreich in das Jahr 2010 gestartet. Der Umsatz des REWE-Konzerns liegt mit 8,9 Mrd. Euro im ersten Quartal 2010 um 3,4 % über dem Vorjahreswert. Trotz aller Unwägbarkeiten blickt die REWE Group daher verhalten optimistisch auf die zweite Jahreshälfte. Es ist die Überzeugung des Unternehmens, dass mit konsequenter Kundenorientierung und den leistungsfähigen Konzepten ihrer Supermärkte und Discounter auch das Jahr 2010 erfolgreich gestaltet wird.

Als Genossenschaft setzt die REWE Group auf dezentrale Stärke. Im Rahmen der nationalen Gesamtstrategie kommt Stuttgart als prosperierendem Wirtschaftsstandort eine bedeutende Rolle zu. Mit innovativen Flächenkonzepten ab 500 m² bietet die REWE Group nicht nur den Service des „Marktes um die Ecke", sondern moderne und nachhaltige Nahversorgung mit all ihren Facetten wie Lebensmittel aus ökologischem Landbau oder regionale Produkte. Ähnlich wie für Stuttgart liegt für die REWE Group in der konzertierten Vielfalt die Zukunft. Im Südwesten ist die REWE mit einer Zweigniederlassung in Wiesloch vertreten. Die REWE Region Südwest ist bedeutender Nahversorger in fünf Bundesländern. Dazu gehören: Baden-Württemberg, Saarland und Teile von Hessen, Bayern und Rheinland Pfalz.



Tübinger Straße, Sophienstraße, Marienstraße



Ladenmieten in €/m²*

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

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

PROJEKT „QUARTIER S"

Mit seinem urbanen Mischnutzungskonzept mit ca. 100 Stadtwohnungen, Einzelhandel, Cafés, Bars, Restaurants, Büros, Praxen und Kultur wird das „Quartier S" neuer Lebensmittelpunkt. 24.000 m² innerstädtische Handelsfläche versprechen Erlebnisshopping und bieten Raum für neue, bisher in Stuttgart noch nicht vertretene Handelskonzepte. Auch das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln ist in seiner Kompetenz einmalig in der Stadt und so bisher nicht vorhanden. Ca. 820 bequem anfahrbare Parkplätze bieten großzügigen Parkraum.

In der **Tübinger Straße** und **Sophienstraße** gibt es eine Vielzahl von attraktiven, ungewöhnlichen Geschäftsangeboten. Neben trendigen Fashion- und Schuhlabels wie Ave, Best., Kallas, Queer oder Popcorn Store finden sich im szenigen Gerberviertel auch liebenswürdige Geschäfte wie Sichtbar, Seidenstraße und Espressoladen. Erwähnenswert auch der Concept-Store Night Delight, Yeans Halle und E+H Meyer, der in drei Shops individuelles Wohnen mit unterschiedlicher Ausrichtung zeigt.

Eine historische städtebauliche Chance und Aufwertung des öffentlichen Raums verspricht hier das Großprojekt „Quartier S". Im südlichen Teil der City plant die Württembergische Lebensversicherung auf einem 14.000 m² großen Grundstück eine aufsehenerregende Quartiersbebauung mit betont extrovertierter Ausrichtung. Die einzigartige Lage des Grundstückes mit Anbindung an die Fußgängerzone einerseits sowie unmittelbarem Anschluss an den Cityring andererseits ermöglicht eine Vernetzung der Innenstadt mit den umliegenden Stadtteilen Heusteigviertel, Süden und Westen. Zwischen Paulinenbrücke, Tübinger Straße, Sophienstraße und **Marienstraße** entsteht ein neues, großstädtisches Stadtviertel.

Die sogenannte Querspange zwischen Kronprinz- und Tübinger Straße – ein Relikt aus den Zeiten der autofreundlichen Stadt – trennt die Königstraße bisher von der Marienstraße. Der Stuttgarter Gemeinderat hat für deren Umgestaltung und Anpassung an heutige städtebauliche Anforderungen insgesamt 2,81 Mio. Euro bewilligt. Darüber hinaus wird auch der Bereich Tübinger Straße von der Eberhardstraße bis zur Sophienstraße aufgewertet. Dafür werden von der Stadt 1,2 Mio. Euro bereitgestellt.

Yeans Halle (Flagshipstore Königstraße)
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

GERRY WEBER RETAIL GMBH
Thomas Kronefeld
Geschäftsleitung

Auch in wirtschaftlich schwierigen Jahren erzielte die GERRY WEBER International AG im Geschäftsjahr 2008/2009 neue Höchstwerte bei Umsatz und Ertrag und setzte ihren langjährigen Erfolgskurs auch unter ungünstigen internationalen Rahmenbedingungen und gegen den allgemeinen Branchentrend eindrucksvoll fort. Mit einem Konzernumsatz von 594,1 Mio. Euro und einer EBIT-Marge von 12 % im letzten Geschäftsjahr sowie einer sehr erfolgreichen Umsatz- und Ertragsentwicklung im aktuellen Geschäftsjahr sind wir für die anstehenden Herausforderungen gut aufgestellt.
Eine wichtige Voraussetzung für die Expansionsstrategie von GERRY WEBER sind attraktive und wirtschaftlich starke Städte. Der Handelsstandort City hat für die Expansion unserer GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON by GERRY WEBER-Filialen eine hohe Bedeutung. Dabei konzentrieren wir uns aber nicht ausschließlich auf Großstädte, sondern sehen auch in lebendigen Städten ab 30.000 Einwohnern ein erhebliches Potenzial.

Mit über 100 Eröffnungen weltweit werden wir auch im kommenden Geschäftsjahr 2010/2011 unseren Expansionskurs fortsetzen. Die GERRY WEBER-Gruppe selbst konzentriert sich dabei vornehmlich auf das Inland und setzt in internationalen Märkten vor allem auf die regionale Marktkenntnis von Franchiseunternehmern.
Die Retail-Strategie des Unternehmens basiert auf dem Gedanken, je nach Flächen- und Objektgröße sowie der Lage das passende Konzept auszuwählen und damit die sich bietenden Marktpotenziale optimal ausschöpfen zu können. Dabei reichen die Shop-Konzepte vom 100-m²-Monomarken-Store bis zum 900-m²-Flagshipstore, der auf mehreren Ebenen die gesamte Bandbreite der GERRY WEBER-Marken und Lizenzprodukte anbietet. Der Schwerpunkt der Shop-Konzepte liegt bei Flächen von 200 bis 400 m².

Mit starken Partnern aus der Immobilienbranche und in den Städten an unserer Seite, einem engagierten GERRY WEBER-Team und nicht zu vergessen der Kreativität und dem Elan des Vorstandsvorsitzenden werden wir auch in den kommenden Jahren unseren Wachstumspfad erfolgreich beschreiten.

EDEKA SÜDWEST
Wolfgang Seiler
Prokurist,
Leiter Expansion
Süd

EDEKA SÜDWEST
Roger Otto
Gebiets-
expansionsleiter
Region
Stuttgart

„Der Markt für Lebensmittel im Vollsortimentsbereich hat in Stuttgart, im Vergleich zu anderen Städten, noch erheblichen Nachholbedarf. Vor allem vor dem Hintergrund einer vollwertigen und ausgewogenen Ernährung und der Befriedigung aller Verbraucherschichten ist es zwingend notwendig, in Stuttgart weitere Einkaufsmöglichkeiten im Vollsortimentsbereich zu schaffen. Die in Planung befindlichen Projekte ‚Quartier S' und Killesberg sind in diesem Zusammenhang erste positive Schritte!"

Im Flagshipstore der EDEKA Südwest in der Stammheimer Straße in Stuttgart-Zuffenhausen wird den Einwohnern von Stuttgart eine nahezu einzigartige Auswahl und Sortimentsvielfalt an Lebensmitteln auf fast 4.000 m² präsentiert. Der Kunde kann hier zwischen 30.000 verschiedenen Artikeln wählen. Angefangen beim Preiseinstiegsprodukt bis hin zum Premiumsegment. Diese Vielfalt setzt sich sowohl aus regionalen als auch aus internationalen Spezialitäten zusammen. Bedienungstheken im Fleisch-, Wurst-, Käse-, Fisch- und Feinkostbereich runden das Angebot dieses größten EDEKA Marktes in der Landeshauptstadt ab. Die Aufrechterhaltung dieser personalintensiven Kernbereiche gehört zur Service-Philosophie und ist grundlegender Bestandteil aller EDEKA Märkte in Stuttgart.

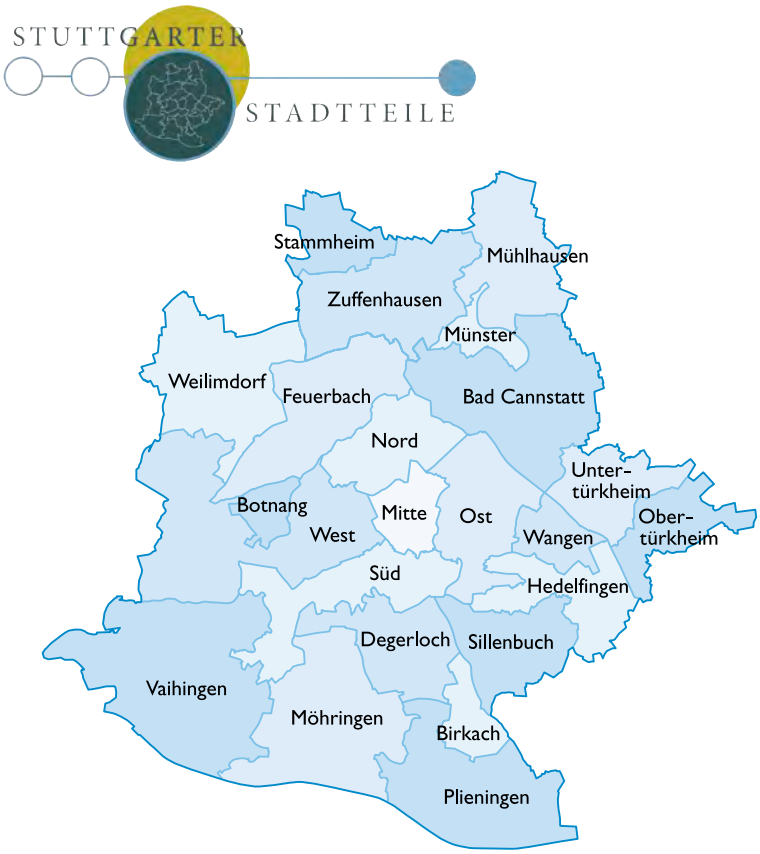
Darüber hinaus erwartet der Verbraucher in den Ladenlokalen der EDEKA Südwest neben allerhöchster Qualität bei Waren und deren Präsentation auch eine entsprechende Produktvielfalt bei gleichzeitiger, permanenter Verfügbarkeit. Dies bedeutet für die EDEKA Südwest keinerlei Kompromisse in Bezug auf die Qualität und Funktionalität der Fläche sowie Lage und Erreichbarkeit des Ladenlokals einzugehen. Das Gleiche gilt für die rückwärtigen Bereiche wie Andienung und Vorhaltung der Waren, die genauso wichtig sind, um den Kundenwünschen gerecht zu werden. In Stuttgart ist dies aber aufgrund der Infrastruktur sehr oft eine schwer zu lösende Aufgabe.

Der Südwesten Deutschlands gilt allgemein als die Genussregion der Republik. Daher muss es auch der Anspruch der Stadt Stuttgart sein, als Metropole des guten Geschmacks bei der Versorgung ihrer Einwohner den höchsten Ansprüchen gerecht zu werden und hier im Planungsrecht die Voraussetzungen zu schaffen. Die EDEKA Südwest mit ihren insgesamt mehr als 20 Märkten im Stadtgebiet von Stuttgart leistet somit einen wichtigen Beitrag zur Nahversorgung im Lebensmittelvollsortimentsbereich.

Stadtteillagen, Stadtteilzentren

Neben Klein- und Mittelstädten rücken auch Stadtteilzentren mehr und mehr in den Fokus der Filialisten. Dies trifft insbesondere zu für polyzentrisch ausgerichtete Metropolen wie Hamburg und Berlin. Aber auch im monozentrischen München hat sich mit Schwabing ein starker Sub-Standort entwickelt, der das Interesse der Filialbetriebe geweckt hat. Immer mehr Filialisten aus den Bereichen Schuhe oder Mode suchen attraktive Ladenflächen in den Stadtteilzentren. Der Filialisierungsgrad liegt hier teilweise bei über 50 %.

An diese Entwicklung kann Stuttgart bislang nur zum Teil anknüpfen. Dies liegt an der meist zu geringen Gesamtverkaufsfläche der jeweiligen Einkaufscluster. Dass die Nachfrage nach attraktiven Ladenflächen bei Erreichen einer „kritischen Masse" an Verkaufsflächen gleichwohl auch in Stuttgarter Stadtteillagen vorhanden ist, zeigen die gute Akzeptanz der Einkaufscenter „Cannstatter Carré" und „SchwabenGalerie" sowohl auf Mieter- als auch auf Besucherseite.



Killesberg, Projekt „FORUM K“

Auf dem Gelände der ehemaligen Messe am Killesberg entwickelt fürstdevelopments ein neues Stück Stadt mit unterschiedlichen Funktionen und Lebensräumen. Der neue Stadtteil besteht aus dem Stadtteilzentrum „FORUM K“ mit Nahversorgung, Arztpraxen, Läden, Kunstakademie, dem „KREATIVQUARTIER“ mit Ateliers, Dienstleistungen, Ladenzeile an der Promenade mit Café und Mietwohnungen, dem „PREMIUMWOHNEN AM HÖHENPARK“ – eine exklusive, autofreie Wohnanlage mit Kita, eigener Garage und zukunftsweisendem Energiekonzept – sowie dem „SCENARIO“, Wahrzeichen und architektonisches Highlight der Gesamtmaßnahme.

PROJEKT „FORUM K“

Im Mittelpunkt steht das „FORUM K“. Für rund 30.000 Menschen im direkten Einzugsgebiet verbessert es fundamental die Qualität der Nahversorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs.

DM-DROGERIE MARKT
Volker Eckl
Bereichsleiter Expansion

dm-drogerie markt betreibt in Deutschland mehr als 1.160 Märkte und beschäftigt 21.700 Menschen, europaweit arbeiten rund 33.600 Menschen in mehr als 2.200 dm-Märkten. Im Geschäftsjahr 2008/2009 erwirtschaftete das Unternehmen einen Umsatz von rund 3,75 Mrd. Euro, konzernweit lag der Umsatz bei 5,21 Mrd. Euro. Damit behauptete dm seinen Platz unter den 200 umsatzstärksten Unternehmen mit Sitz in Deutschland und gehört laut Ranking der Stuttgarter Zeitung zu den 50 größten Unternehmen in Baden-Württemberg. Neben dem wirtschaftlichen Erfolg erfreut sich dm-drogerie markt auch großer Beliebtheit bei den Kunden: Eine aktuelle Studie von Dialego zur Beliebtheit von Drogeriemärkten belegt, dass 43 % aller Befragten am liebsten bei dm einkaufen würden, selbst wenn andere Drogeriemärkte in ihrer Nähe und gleich gut erreichbar wären. Auch beim diesjährigen Markenranking „BrandIndex Top Performer 2009“ ist dm neben Google, Nivea und Audi eine der vier beliebtesten Marken in Deutschland.

„Trotz wirtschaftlich schwieriger Zeiten entwickelt sich dm-drogerie markt sehr gut: Im ersten Geschäftsjahreshalbjahr haben wir ein Umsatzplus von 9 % erwirtschaftet und mehr als 40 neue dm-Märkte in Deutschland eröffnet. Die Menschen waschen sich nicht weniger oder putzen seltener die Küche, wenn es ihnen wirtschaftlich nicht so gut geht. Sie achten aber verstärkt auf den Preis und kommen daher zu uns. Und wir kommen auch gerne zu ihnen, daher sind wir stetig auf der Suche nach geeigneten Mietobjekten.“

Stuttgart-Bad Cannstatt

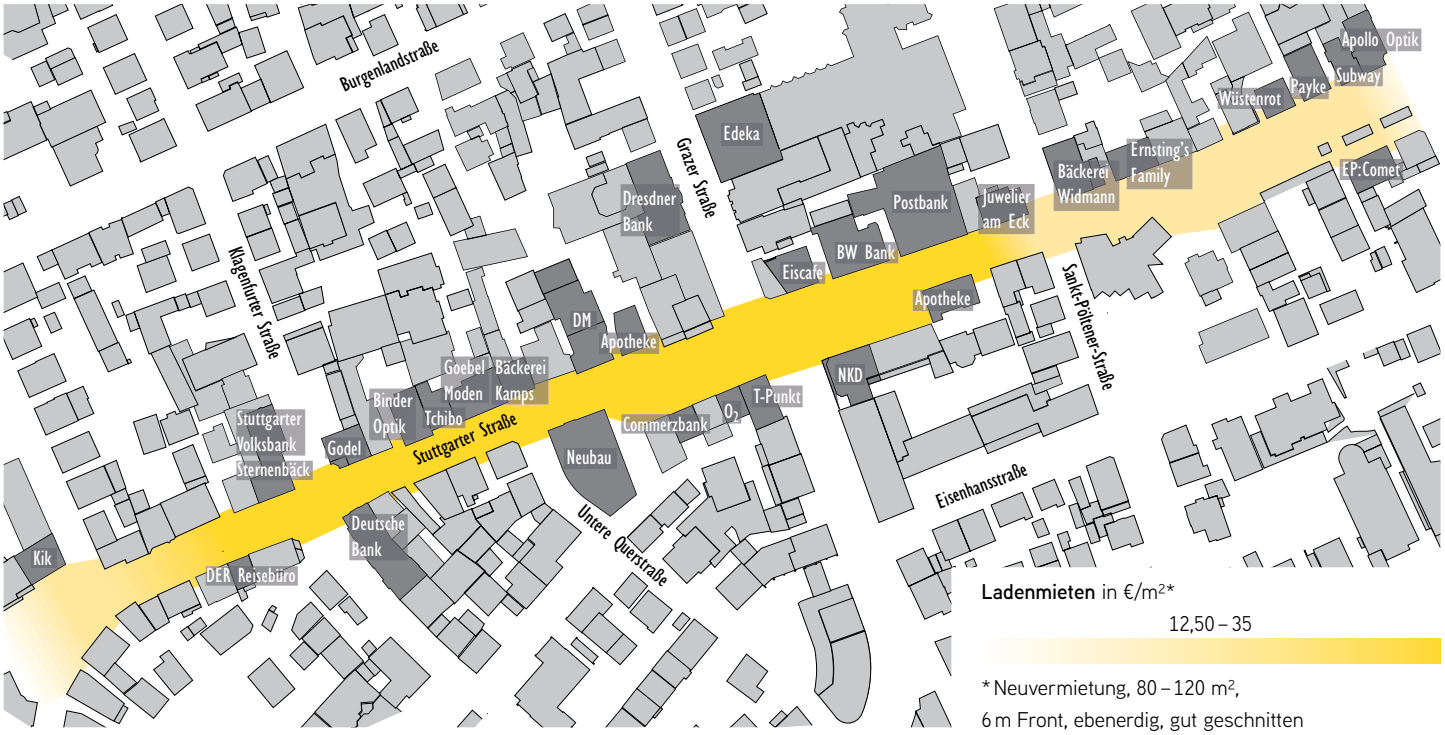
Marktstraße

Bad Cannstatt, mit ca. 67.800 Einwohnern der bevölkerungsstärkste Stadtbezirk Stuttgarts, zeichnet sich durch seine malerische Altstadt mit vielen denkmalgeschützten Gebäuden aus. Die kleinteilige Struktur wird durch das „Cannstatter Carré“ mit ca. 22.000 m² Verkaufsfläche ergänzt. Die Marktstraße ist und bleibt die wichtigste Geschäftsstraße mit einem Filialisierungsgrad von ca. 45 %. Von ihr aus lassen sich auch die angrenzenden Gassen im Herzen der Altstadt erkunden und die besondere Einkaufsatmosphäre genießen.

Im Gegensatz dazu zieht der „Neckarpark“ seine auch internationalen Besucher durch moderne Veranstaltungszentren wie Mercedes-Benz Museum, Porsche-Arena, Hanns-Martin-Schleyer-Halle und Mercedes-Benz Arena an. Insbesondere auf den bisher noch nicht entwickelten Bereichen des „Neckarparks“ wird Bad Cannstatt in den kommenden Jahren weiterhin dynamisch wachsen.

Stuttgart-Feuerbach

Stuttgarter Straße

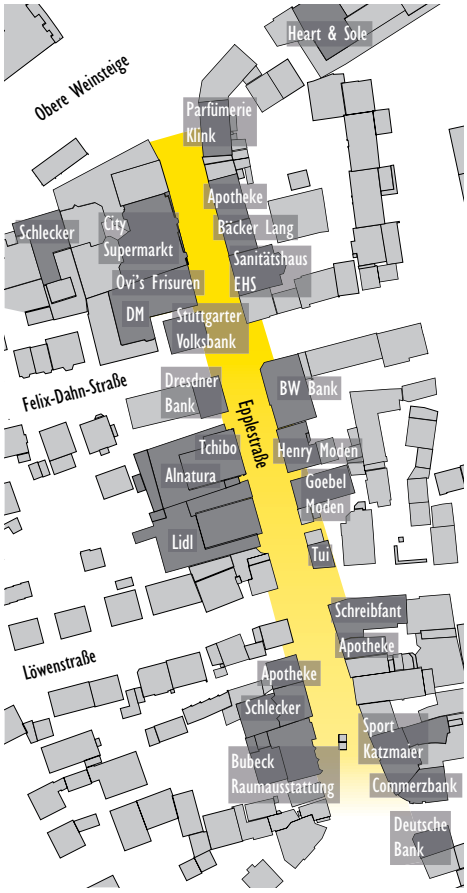


* Neuvermietung, 80 – 120 m², 6 m Front, ebenerdig, gut geschnitten

In der Stuttgarter Straße in **Feuerbach** finden sich regionaler und lokaler Einzelhandel zur Haupteinkaufsstraße mit einem guten Nahversorgungsangebot zusammen. Etwa 28.200 Einwohner tragen zu einem überdurchschnittlichen Kaufpotenzial dieses industriegeprägten Stadtbezirks bei. Durch das aktuelle Projekt auf dem Grundstück der Stuttgarter Volksbank wird der Standort neu gestärkt. Das ca. 500 Meter entfernte Fachmarktzentrum mit Magneten wie OBI, Marktkauf und Aldi wird sehr gut angenommen.

Stuttgart-Degerloch

Epplestraße



In **Stuttgart-Degerloch** in der Epplestraße findet sich eine interessante Mischung aus Traditionsfirmen und Filialisten. Die Kaufkraft ist in diesem Stadtteil traditionell hoch. Wäre die zur Verfügung stehende Gesamtverkaufsfläche größer und eine Clusterbildung möglich, würden sich umgehend weitere Filialisten ansiedeln, um vom begehrten Wohnumfeld mit rund 17.000 Einwohnern zu profitieren. Flächennachfrage und Mietniveau sind und bleiben in diesem Stadtbezirk hoch.

Ladenmieten in €/m²*

20 – 40

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

Stuttgart-Zuffenhausen

Unterländer Straße

Der Einzelhandelsschwerpunkt in **Zuffenhausen** befindet sich in der Unterländer Straße und leidet derzeit durch die laufenden Bauarbeiten für die Tieferlegung der Stadtbahn. Falls die erhofften positiven Auswirkungen der Verkehrsberuhigung eintreten, werden nicht nur die ca. 35.500 Einwohner profitieren, sondern auch das umliegende Einzugsgebiet von der neuen Stärke des Nahversorgungszentrums mit einem Filialisierungsgrad von um die 30 %.

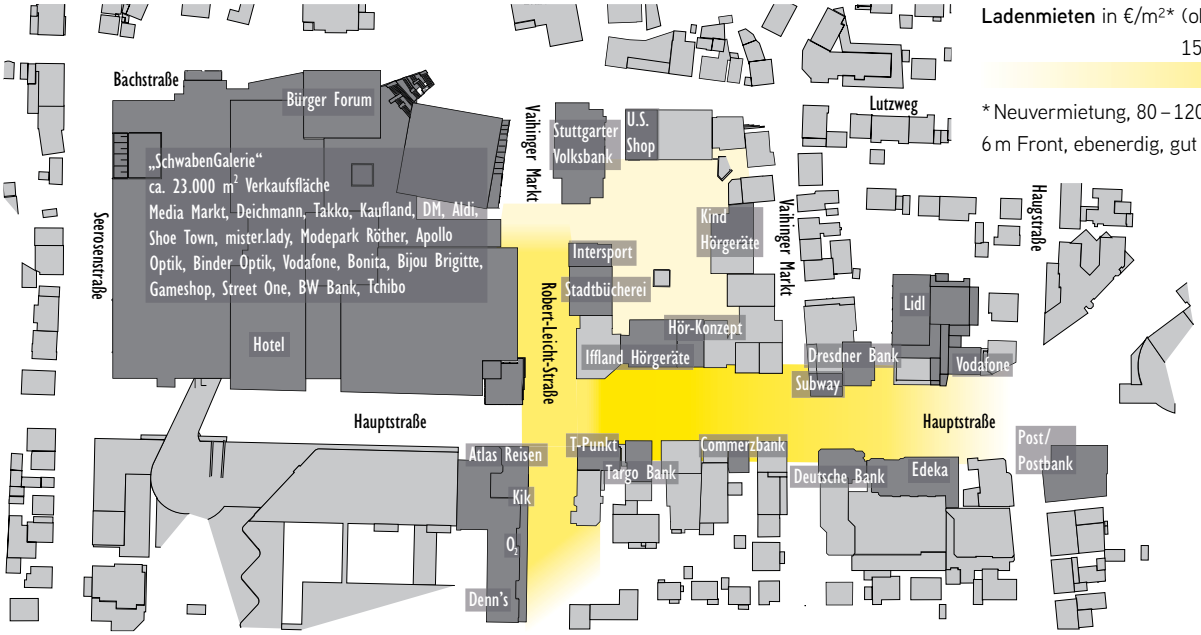
Stuttgart-Sillenbuch

Kirchheimer Straße

Sillenbuch ist eine schöne und gesuchte Wohnlage in Stuttgart. Das hohe Einkommen der ca. 24.200 Anwohner ist für den Einzelhandel attraktiv und erhält das gute Nahversorgungsangebot in der Kirchheimer Straße. Darüber hinaus findet man hier auch edle Boutiquen für die betuchte Klientel.

Stuttgart-Vaihingen

Vaihinger Markt



Ladenmieten in €/m²* (ohne SchwabenGalerie)

15 – 25

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

Die „SchwabenGalerie“ hat sich besser als von manchen befürchtet in den Stadtbezirk **Vaihingen** integriert. Die Bemühungen, den Besatz am Einkaufsstandort Vaihinger Markt trotz der neu angesiedelten 23.000 m² Verkaufsfläche aufrechtzuerhalten, werden durch einen gemeinsamen Werbeetat flankiert. Inwieweit die außerhalb des Centers liegenden Flächen von der am Standort gebundenen Kaufkraft der rund 45.500 Einwohner dauerhaft profitieren können, bleibt abzuwarten.

Referenzen

Yeans Halle, Königstraße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Zara, Königstraße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Görtz Schuhe, Königstraße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Unsere Philosophie

Läden in 1a-Lage vermieten können viele. Wir wollen mit attraktiven, nachhaltigen Konzepten die Vermietung von innerstädtischen Ladengeschäften und die Realisierung von innerstädtischen Einzelhandelsprojekten aktiv mitgestalten. Dabei verfolgen wir ein nicht ganz uneigennütziges Ziel: möglichst vielfältige, originelle und authentische Innenstädte. Mit einem Wort: Urbanität. Mit Leidenschaft für Immobilien und Begeisterung für gute Ideen.

PARTNERPRINZIP

Bremsende Hierarchien, lähmende Administration und zeitraubende Bürokratie suchen Sie bei uns vergebens. Wir sind Partner und arbeiten flexibel auf Zuruf. Dabei ist jeder auf seinem Gebiet nur insoweit Spezialist, dass er das Ganze nicht aus den Augen verliert. Einzeldisziplinen wie Projektentwicklungen oder Vermietungen im Einzelhandel sind zu spezifisch, als dass einer darüber alles wissen könnte. Und der Erfolg gibt uns Recht. Wir haben 0,0 % Fluktuation bei unseren Partnern.

TRENDS UND STRÖMUNGEN ERKENNEN

Durch regelmäßige Städtereisen in die wichtigsten Metropolen Europas, aber auch nach Übersee, erkennen wir frühzeitig neue Trends und Strömungen im Einzelhandel – und begreifen so innovative Geschäftsideen. Und ganz nebenbei finden wir so noch unverbrauchte Shop-Konzepte.

GLOBALES COLLIERS NETZWERK

Durch die globale Vernetzung der lokalen Retail-Teams haben wir systematisch Zugang zu vielen expansiven, ausländischen Handelskonzepten und Filialisten, die ihren Markteintritt in Deutschland planen.

LOKALES VERMIETUNGSGESCHÄFT

Das Stuttgarter Einzelhandelsteam besteht aus fünf Spezialisten, die zusammen über „85 Jahre“ Erfahrung in der Entwicklung und Vermittlung von einzelhandelsgenutzten Immobilien haben. Aktuelle Einzelhandelsprojekte haben wir außer in Stuttgart derzeit noch in Freiburg, Karlsruhe und Ulm. Der tägliche Austausch mit allen namhaften Filialisten über neueste Trends sowie deren Expansionsunterstützung ist ebenso Tagesgeschäft wie die Planung, Visualisierung und Umsetzung von Umstrukturierungskonzepten, die Erstellung von Miet- und Verkaufswertgutachten sowie das Erkennen und Realisieren von Wertschöpfungspotenzialen.

WAS WIR SONST NOCH TUN

Neben dem klassischen Beratungs- und Vermittlungsgeschäft für Investoren einerseits und Mieterpartnern andererseits beraten wir Kommunen z.B. bei städtebaulichen Neuordnungen innerstädtischer Brachflächen, begleiten Architektenwettbewerbe (z.B. als Gutachterverfahren) und sind als Jurymitglied in zahlreichen Wettbewerben vertreten.

Unser einzelhandelsspezifisches Leistungsspektrum

PROJEKTENTWICKLUNGSBERATUNG

- Erstellung einer konzeptionell optimalen Vermarktungsstrategie
- Definition von Konzeptinhalten (Ankerkonzepte, Branchenmix, Marken)
- Umsetzung der Konzeptidee durch konkrete Mieterakquisition
- Aufbereitung und Erstellung der Vermarktungsunterlagen
- Erstellung von Flächenlayouts mit Nutzern und Vermieter
- Schnittstellendefinition der Bau- und Ausstattungsbeschreibung zwischen Nutzer und Bauherrenvertreter (z.B. bei Mietersonderwünschen)
- Mietvertragsberatung
- Investmentberatung bzw. Investmentplatzierung

EINZELHANDELSVERMIETUNG

- Standortqualifizierung
- Mietpreisvergleiche
- Bewertungen
- Expansionsunterstützung für Filialisten
- Täglicher Austausch mit den Handelsunternehmen über neueste Trends
- Direkter Draht zu expansiven Handelskonzepten
- Akquisition und Verhandlungsführung in der Erst- und Anschlussvermietung
- Überprüfung und Anpassung der Mieterstruktur
- Sortiments- und Branchenoptimierung
- Auswahl lokaler und filialisierter Handelskonzepte

INVESTMENT

- Beratung bei An- und Verkauf von Einzelhandels-, Büro- und Spezialimmobilien
- Professionelle Abwicklung auf internationalem Niveau
- Vermittlung bundesweiter Immobilienportfolios (Aufbereitung, Bewertung, Koordination technische und juristische Due Diligence, revisionssichere Abwicklung)
- Sale-and-lease-back-Transaktionen
- Prüfen des Wertsteigerungs-/ Entwicklungspotenzials der Immobilie
- Bewertung nach deutschen und internationalen Bewertungsstandards
- Auftraggeberbezogene Abwicklung garantiert Transparenz

RETAIL-CONSULTING

- Standort- und Objektanalysen
- Flächen- und Nutzungskonzepte
- Beratung bei Planung, Visualisierung, Umsetzung
- Planung, Visualisierung und Umsetzung von Umstrukturierungskonzepten
- Miet- und Verkaufswertgutachten
- Centervermietung: Auswahl lokaler, nationaler und internationaler Einzelhändler unter Einbeziehung des weltweiten Colliers-Netzwerkes
- Beratung des Auftraggebers im Hinblick auf Mieterbedürfnisse, Mietvertragsgestaltung
- Mietvertragsberatung
- Investmentberatung bzw. Investmentplatzierung

Juwelier Jacobi, Eberhardstraße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Mustang, Königstraße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Dean & David, Calwer Straße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Projektentwicklung

„Kronencarré“, Kronenstraße, Stuttgart
Leistungen Colliers Bräutigam & Krämer:
- Beratung des Grundstückseigentümers bei der Revitalisierung
- Aufbereitung und Entwicklung einer konzeptionell optimalen Vermietungsstrategie der Einzelhandels-, Gastronomie- und Büroflächen
- Umsetzung eines hochwertigen Mieterbesatzes und Vollvermietung

„'s Zentrum“, König-/Kronen-/Thouretstr., Stuttgart
Leistungen Colliers Bräutigam & Krämer:
- Projektidee
- Beratung des Grundstückseigentümers bei der Konzeption des Gesamtprojektes
- „Landmark“-Building P&C Weltstadthaus
- Arrondierung der Umfeld-Grundstücke für das Gesamtprojekt
- Begleitung des Architektenwettbewerbes
- Vermietung von 27.800 m² Einzelhandelsflächen an Peek & Cloppenburg und SportScheck
- Entwicklung einer Nebenlage ohne Frequenz zur AAA-Lage
- Vollvermietung und Verkauf an Endinvestor

„DAS WEISSE HAUS“, Königstraße, Stuttgart
Leistungen Colliers Bräutigam & Krämer:
- Verkauf einer überwiegend einzelhandelsgenutzten Immobilie, deren Lebenszyklus überschritten war
- Neustrukturierung des Gebäudes im Einzelhandels- und Bürobereich
- Vollvermietung
- Transaktionsberatung

„Das ES!“, Berliner Str./Fleischmannstr., Esslingen
Leistungen Colliers Bräutigam & Krämer:
- Projektentwicklungsberatung
- Verwertung des ehemaligen Post-Areals zwischen Innenstadt und Hauptbahnhof
- Vermietungskonzeption des Gesamtprojektes mit ca. 13.500 m² Verkaufsfläche
- Schlüsselprojekt im Rahmen der städtebaulichen Neuordnung des Bahnhofsumfeldes
- Schaffung einer echten Verkehrsfunktion der Einkaufsmall, d.h. Verbindung zwischen Bahnhofstraße und Hauptbahnhof
- Ansiedlung neuer Handelskonzepte am Standort Esslingen
- Aufwertung der Bahnhofstraße zur 1a-Lage
- Vollvermietung und Verkauf an Endinvestor

„BüX“, Büchsenstraße, Stuttgart
Leistungen Colliers Bräutigam & Krämer:

- Verkauf eines innerstädtischen Redevelopments/Entwicklungsgrundstückes an Projektentwickler
- Projektentwicklungsberatung
- Umsetzung eines hochgenrigen Mieterbesatzes mit Lageaufwertung Büchsenstraße
- Transaktionsberatung

„Kronprinzbau“, Kronprinzstraße, Stuttgart
Leistungen Colliers Bräutigam & Krämer:

- Beratung eines internationalen Projektentwicklers bei der Akquisition des Grundstückes
- Beratung des Projektentwicklers bei einer konzeptionell optimalen Vermarktungsstrategie für den Einzelhandel (Flächenkonzept/Mieterstruktur)
- Vermietung von 6.400 m² Ladenflächen an hochwertige Modemarken
- Schaffung einer neuen Lagequalität, Brückenschlag zwischen Stiftstraße und Calwer Straße
- Verkauf des Redevelopments als Asset-Deal

„Window’s“, Calwer Straße/Theodor-Heuss-Straße, Stuttgart
Leistungen Colliers Bräutigam & Krämer:

- Beratung des Grundstückseigentümers bei der Konzeption des Gesamtprojektes
- Umsetzung eines hochgenrigen Mieterbesatzes mit Lageaufwertung Calwer Straße/Kienestraße
- Vollvermietung
- Transaktionsberatung

„Phoenixbau“, Königstraße, Stuttgart
Leistungen Colliers Bräutigam & Krämer:

- Aufbereitung und Entwicklung einer konzeptionell optimalen Vermarktungsstrategie von 10.000 m² Einzelhandelsflächen über vier Etagen
- Projektentwicklungsberatung
- Grundstücksverkauf
- Vermietung an Buch Hugendubel, Görtz Schuhe und Drogerie Müller
- Transaktionsberatung

Vermietung

Hugendubel, Phoenixbau, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Zara, Königstraße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

New Yorker, Königstraße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Görtz Schuhe, Phoenixbau, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Gudrun Sjödén, Nadlerstraße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Max & Co., Calwer Straße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Drogerie Müller, Phoenixbau, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Yeans Halle, Königstraße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

LEVI'S, Calwer Straße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

„Das ES!“, Berliner Str./Fleischmannstr., Esslingen
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Hirschstraße 26, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Bulthaup, Rotebühlplatz, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Poggenpohl, Friedrichstraße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

René Lezard, Kronprinzbau, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

C&A, Königstraße, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Frankonia, Kronprinzbau, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Feinkost Böhm, Kronprinzbau, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Max Mara, Kronprinzbau, Stuttgart
Vermietung durch Colliers Bräutigam & Krämer

Colliers Deutschland

www.colliers.de

Colliers Deutschland ist ein Netzwerk von sechs rechtlich selbstständigen, lokal führenden Immobilienberatern unter einem Markendach. Corporate Solutions, Immobilienbewertung, Property & Asset Management sowie Hotelvermittlung und -consulting ergänzen unser umfassendes Dienstleistungsangebot.

Durch die konsequente Bündelung der Kernkompetenzen stehen Ihnen deutschlandweit leistungsstarke Ansprechpartner zur Verfügung. Wir machen Synergien für Sie nutzbar.

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

TROMBELLO KÖLBEL IMMOBILIENCONSULTING GMBH
Steinstraße 1–3
D-40212 Düsseldorf
Telefon +49 211 862062-0
www.colliers.tk-immobilien.de

COLLIERS SCHÖN & LOPEZ SCHMITT GMBH
Ulmenstraße 37–39
D-60325 Frankfurt a.M.
Telefon +49 69 719192-0
www.colliers-sls.de

GROSSMANN & BERGER GMBH
Bleichenbrücke 9
D-20354 Hamburg
Telefon +49 40 350802-0
www.colliers-gb.de

COLLIERS SCHAUER & SCHÖLL GMBH
Pettenkoferstraße 22
D-80336 München
Telefon +49 89 624294-0
www.colliers-schauer.de

COLLIERS BRÄUTIGAM & KRÄMER GMBH & CO. KG
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 MANAGEMENT GMBH
Pettenkoferstraße 22
D-80336 München
Telefon +49 89 5449186-0
www.colliers-management.de

COLLIERS VALUATION GMBH
Pettenkoferstraße 22
D-80336 München
Telefon +49 89 624294-74
www.colliers-valuation.de

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

Colliers International

Weltweit kooperieren wir mit unabhängigen Mitgliedern, den Colliers International Property Consultants. Machen Sie unsere internationale Erfahrung und das lokale Know-how zu Ihrem Vorteil. Weltweit bietet das Netzwerk mit 15.052 Mitarbeitern Präsenz in 480 Büros in über 60 Ländern.

www.colliers.com

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

Ihre Berater

COLLIERS BRÄUTIGAM & KRÄMER GMBH & CO. KG
Königstraße 5
D-70173 Stuttgart
Telefon +49 711 22733-0
www.colliers-bk.de

Falko Streber, Partner
Dipl.-Betriebswirt (FH)
Teamleiter Einzelhandel
Telefon +49 711 22733-23
streber@colliers-bk.de

Jürgen Track, Partner
Dipl.-Betriebswirt (FH)
Immobilienökonom (ebs)
Projektentwicklung/
Einzelhandel
Telefon +49 711 22733-15
track@colliers-bk.de

Patricia Karwath
Dipl.-Mathematikerin
Beratung Einzelhandel
Telefon +49 711 22733-14
karwath@colliers-bk.de

Karl P. Nothdurft
Dipl.-Ing.
Beratung Einzelhandel
Telefon +49 711 22733-26
nothdurft@colliers-bk.de

Lidija Beganovic
Assistenz Einzelhandel
Telefon +49 711 22733-22
beganovic@colliers-bk.de

Colliers Bräutigam & Krämer hat bei Erstellung dieser Studie größte Sorgfalt walten lassen, dennoch bitten wir um Verständnis, dass wir keinerlei Haftung für die Richtigkeit unserer Einschätzungen übernehmen.

Architekturaufnahmen: Florian Selig

Colliers Bräutigam & Krämer GmbH & Co. KG
Königstraße 5
D-70173 Stuttgart
Telefon +49 711 22733-0
www.colliers-bk.de

www.colliers.com

Die Colliers Bräutigam & Krämer GmbH & Co. KG ist ein rechtlich selbständiges Mitglied der Colliers International Property Consultants.