

# Handelsflächen: begeehrt und kostbar

Mietpreiserhebung für Einzelhandelsflächen  
in der Region Stuttgart 2012

**Herausgeber** Industrie- und Handelskammer  
Region Stuttgart  
Jägerstraße 30, 70174 Stuttgart  
Postfach 10 24 44, 70020 Stuttgart  
Telefon 0711 2005-0  
Telefax 0711 2005-1354  
[www.stuttgart.ihk.de](http://www.stuttgart.ihk.de)  
[info@stuttgart.ihk.de](mailto:info@stuttgart.ihk.de)

**Konzeption** IHK Bezirkskammer Böblingen

**Autor** Martin Eisenmann

**Stand** Oktober 2012

**© 2012** Industrie- und Handelskammer  
Region Stuttgart  
Alle Rechte vorbehalten.  
Nachdruck oder Vervielfältigung auf Papier  
und elektronischen Datenträgern sowie Ein-  
speisungen in Datennetze nur mit Genehmi-  
gung des Herausgebers.  
Alle Angaben wurden mit größter Sorgfalt  
erarbeitet und zusammengestellt. Für die  
Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts  
sowie für zwischenzeitliche Änderungen  
übernimmt die Industrie- und Handels-  
kammer Region Stuttgart keine Gewähr.



*Zertifizierte Qualität bei Service,  
Beratung und Interessenvertretung*

<b>Vorwort</b>	<b>5</b>
<b>1. Wesentliche Ergebnisse der Untersuchung</b>	<b>6</b>
<b>2. Wie entwickeln sich die Mietpreise und was beeinflusst ihre Höhe?</b>	<b>8</b>
2.1 Die Entwicklung der Einzelhandelsmieten in Deutschland	8
2.2 Die Lage als wichtigstes Merkmal für Einzelhandelsflächen	10
2.3 Weitere Einflussfaktoren auf den Mietpreis	12
2.4 Was sollten Vertragspartner beachten?	13
<b>3. Die Ergebnisse im Einzelnen</b>	<b>14</b>
3.1 Die Erhebung	14
3.2 Die Mietpreise an den Standorten	15
3.3 Einschätzung der Mietbelastung	16
<b>4. Die Bewertung eines Mietobjektes</b>	<b>18</b>
4.1 Grundlegendes	18
4.2 Gestaltung des Mietvertrags/Kalkulation der Miete	18
4.3 Das Mietobjekt	19
4.4 Das Umfeld	19
<b>5. Mietverträge und Wertsicherungsklauseln</b>	<b>21</b>
<b>6. Anhang</b>	<b>22</b>
6.1 Ergebnisübersicht der Mietpreisumfrage im Einzelhandel 2012	22
6.2 Muster des Fragebogens	23
6.3 Methoden der Erhebung und Auswertung	24
<b>Anschriften</b>	<b>25</b>



## Vorwort

---

Der stationäre Einzelhandel hat nach wie vor einen schweren Stand. So nahm zwischen 2000 und 2010 die Einzelhandelsfläche um zwölf Prozent zu, der Umsatz wuchs im selben Zeitraum jedoch nur um nominal 1,6 Prozent. Große Flächen entstehen vorwiegend auf der Grünen Wiese und in Einkaufszentren in den Innenstädten; nationale und internationale Filialisten sind hier besonders aktiv.

Für die Attraktivität der Region Stuttgart sind Innenstädte mit einem ansprechenden Handelsangebot, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur- und Freizeitangeboten zusammen mit öffentlichen Dienstleistungen unabdingbar. Drei Punkte sind besonders wichtig, um die Attraktivität der gewachsenen Standorte zu gewährleisten:

- Die Erreichbarkeit der Innenstadt. Der größte Vorteil der Konkurrenten auf der Grünen Wiese besteht darin, dass (meist kostenlose) Parkplätze vorhanden sind. Eine City-Maut als Stuttgarter Insellösung wäre ein stadtentwicklungspolitischer Irrweg.
- Die Sauberkeit der Innenstadt. Saubere Straßen und Plätze machen den Aufenthalt angenehmer. Dagegen werden verwahrloste Räume als bedrohlich wahrgenommen.
- Die Sicherheit der Innenstadt. Bereits jetzt hat ein Drittel der Großstädter Angst, bedroht oder bestohlen zu werden. Durch Licht und Helligkeit kann diesem Sicherheitsbedürfnis Rechnung getragen werden.

Die Verantwortlichen auf allen politischen Ebenen sollten ihren Blick auf das Fundament richten, auf dem unser soziales Gefüge aufbaut. Auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene werden zu viele Entscheidungen getroffen, die es den Händlern unnötig schwer machen, ihre Kundschaft zufriedenzustellen.

Der stationäre Handel benötigt Standorte, von denen aus er seiner Funktion wirtschaftlich tragbar nachgehen kann. Ohne bezahlbare Mieten kann er seine Waren nicht dort anbieten, wo Verbraucher das wünschen. Vermieter sollten sich bei der Gestaltung der Konditionen vor Augen halten, dass die Mietpreise zur langfristigen Ertragskraft der Objekte, aber auch des gesamten Standorts passen müssen. Nur dann handeln sie auch nachhaltig im eigenen Interesse - die vorliegende Studie hilft dabei, hier zu realistischen Ansätzen zu gelangen.

Stuttgart, im Oktober 2012



Dr. Herbert Müller  
Präsident



Andreas Richter  
Hauptgeschäftsführer

## 1. Wesentliche Ergebnisse der Untersuchung

---

Untersuchungen über die Mietpreise im Einzelhandel legt die Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart seit 1998 vor. Die vorliegende Untersuchung basiert auf einer Umfrage bei den Einzelhandelsunternehmen in der Region Stuttgart, die aktuelle Aussagen über die Bestandsmieten des Kammerbezirks trifft. Sie will insgesamt mehr Transparenz und Übersicht in diesem Markt schaffen und - wie mit den regelmäßig publizierten Untersuchungen über Kaufkraft, Umsatz und Zentralität - den Handelsunternehmen für ihre Standortentscheidungen und den Vertragsparteien für Mietverhandlungen die nötigen Informationen zur Verfügung stellen.

Die wichtigsten Ergebnisse der Umfrage:

- Die teuerste Lage der Region ist die 1a-Lage der Stuttgarter Innenstadt. Gegenüber der letzten Auswertung hat sich der Durchschnittswert der Bestandsmieten auf 76 Euro je Quadratmeter Verkaufsfläche erhöht.
- Außerhalb Stuttgarts sind die Top-Lagen von Esslingen und Ludwigsburg die teuersten Standorte.
- Jeder siebte Mieter in der Region beurteilt seine Mietbelastung als zu hoch. Gegenüber früheren Erhebungen ging dieser Wert jedoch leicht zurück, ebenso die Einstufungen der Miete als „hoch“. Zugenommen hat die Bewertung „günstig“ durch die Mieter.

In die Umfrage 2012 wurden die wichtigsten Städte und Gemeinden des Kammerbezirks einbezogen. Eine spezifische Auswertung mit ausreichendem Rücklauf konnte dabei für Einzellagen folgender Standorte vorgenommen werden:

Landkreis Böblingen:	Böblingen, Herrenberg, Leonberg, Sindelfingen
Landkreis Esslingen:	Esslingen, Filderstadt, Kirchheim/Teck, Nürtingen, Ostfildern
Landkreis Göppingen:	Göppingen, Geislingen/Steige, Filstal (zusammengefasst aus Donzdorf, Ebersbach, Eislingen, Süßen und UHINGEN)
Landkreis Ludwigsburg:	Ludwigsburg, Bietigheim-Bissingen und zusammengefasst Ditzingen/Kornwestheim/Vaihingen an der Enz
Landkreis Rems-Murr:	Waiblingen, Backnang, Fellbach, Murrhardt, Schorndorf, Weinstadt, Winnenden
Stadtkreis Stuttgart:	Stuttgart-Zentrum, Stuttgart-West, Stuttgart-Bad Cannstatt, Stuttgart-Degerloch, Stuttgart-Feuerbach, Stuttgart-Vaihingen, Stuttgart-Zuffenhausen

## **1. Wesentliche Ergebnisse der Untersuchung**

---

Eine detaillierte Ergebnisübersicht über alle Standorte bieten Kapitel 3 und die Tabelle im Anhang (Kapitel 6.1). Neben den Mietpreisinformationen enthält diese Broschüre Hinweise zum Abschluss von Mietverträgen und zur Bewertung von Einzelhandelsmietobjekten.

## **2. Wie entwickeln sich die Mietpreise und was beeinflusst ihre Höhe?**

---

### **2.1 Die Entwicklung der Einzelhandelsmieten in Deutschland**

Für Einzelhändler, die ein Ladengeschäft betreiben, ist eine betriebswirtschaftlich zentrale Kostengröße die Miete für die Fläche. Traditionell sind die Mietpreise, die für Einzelhandelsflächen bezahlt werden, die höchsten überhaupt - aufgrund ihrer Anforderungen an den Standort und das Objekt sind sie die Flächen, die am seltensten sind und sich nur bedingt reproduzieren lassen. Zentrale Lage, ebenerdiger Zugang und Schaufensterfront unterscheiden sie von Wohnraum oder Büroflächen.

Auch wenn sich die höchsten Mieten, die in Deutschland gezahlt werden, gegenüber anderen Metropolen wie New York und Tokio noch bescheiden ausnehmen (Deutschlands teuerste Mieten betragen etwa ein Achtel der Mietpreise in Hong Kongs besten Lagen): Für die meisten Handelsunternehmen lassen sich Spitzenmieten von über 300 Euro netto pro Quadratmeter nicht erwirtschaften. Schwer tun sich damit vor allem inhabergeführte Geschäfte, die nicht über andere Filialen oder Geschäftsfelder solche Mieten quersubventionieren können. Die Folge davon sind sehr ähnlich strukturierte 1a-Lagen in den Großstädten der Republik, in denen sich vielerorts die gleichen Filialisten behaupten. Lokale Familienunternehmen haben sich in Nebenlagen zurückgezogen oder haben das Glück, einen Vermieter zu haben, der nicht nur auf die Mieteinnahmen schaut, sondern dem auch die Attraktivität des Standortes und die Nachhaltigkeit des Mietverhältnisses wichtig sind.

In den letzten Jahren haben sich an vielen Standorten vor allem zwei Phänomene abgezeichnet: Zum einen gibt es 20 oder 30 Top-Lagen in Deutschland, die im Fokus nationaler und internationaler Investoren stehen. Sie befinden sich praktisch allesamt in den 1a-Lagen der Metropolen der Republik. Unter diesen ragen wiederum acht oder zehn Einkaufsmeilen heraus, die in den größten Metropolen liegen und die auch die höchsten Frequenzen aufweisen. Hier müssen sich Vermieter keine Sorgen machen: Diese Standorte sind so herausragend, dass hier die schon erwähnten Mieten verlangt und auch bezahlt werden. Hier sind auch in Krisenzeiten keine wirklich nachhaltigen Mietpreiserückgänge zu verzeichnen gewesen. Im Gegenteil: Hier haben sich bislang noch leicht steigende Mietpreise ergeben. In der Rangliste der wichtigsten deutschen Standorte ist der Aufstieg Berlins der wohl bemerkenswerteste Aspekt. Nach München und Frankfurt werden hier die teuersten Spitzenmietpreise verlangt, und die Hauptstadt ist inzwischen der wichtigste Ort, an dem neue Konzepte auf dem deutschen Markt getestet werden.

Davon abweichend haben die Mietpreise in den meisten anderen Lagen bestenfalls stagniert oder abgenommen. Hier kommen vor allem zwei längerfristige Entwicklungen zu tragen: Einerseits wird die demographische Entwicklung dazu führen, dass



## **2. Wie entwickeln sich die Mietpreise und was beeinflusst ihre Höhe?**

---

wirtschaftliche Tätigkeiten sich räumlich konzentrieren. So, wie in manchen Kommunen Bäder aufgegeben werden, weil sie sich nicht mehr tragen lassen, so kann man an vielen Rändern der besseren Lagen Prozesse des „Ausfransens“ beobachten, das heißt dass hier Leerstände oder Interimsnutzungen auftreten oder weniger attraktive Branchen Einzug halten. Zwischenzeitlich gibt es bereits einige Büronutzungen auf ehemaligen Einzelhandelsflächen; auch Freiberufler rücken nach; Büroflächen werden wiederum mancherorts zu Wohnraum umgewidmet. Für einige Vermieter ist der Prozess der Einsicht, dass das bisher immer als Einzelhandelsfläche eingeordnete Objekt nicht mehr befriedigend und dauerhaft an Händler vermietet werden kann, schmerzhaft, denn er ist mit geringeren Ertragsaussichten verbunden.

Für die Einkaufslagen bedeutet das, dass sie sich auf die Kernbereiche zurückziehen. In der Konsequenz werden einige Einkaufslagen irgendwann keine solchen mehr sein; die Fortschreibungen von kommunalen Einzelhandelskonzepten bringen, wenn sie ehrlich und sinnvoll gemacht sind, solche Tendenzen oft an den Tag. Wenn solche Entwicklungen nicht von den Stadtplanern und Vermietern aktiv begleitet werden, führt das dazu, dass die Mieten tendenziell nachlassen. Dieser Prozess scheint für größere Teile der Einkaufslagen Deutschlands zwar nur schwach ausgeprägt zu sein, nichtsdestotrotz aber Gültigkeit zu besitzen.

Andererseits gesellt sich zum demographischen Trend zunehmende Konkurrenz aus dem Internet und die wachsende Zahl von Shopping Centern, Factory Outlet Centern und Fachmarktzentren. Zwar werden nicht alle Sortimente davon unmittelbar betroffen; insgesamt nimmt die Nachfrage nach innerstädtischen Einzelhandelsflächen aber ab. Und noch ein weiterer Aspekt spielt eine gewichtige Rolle: Die realen Umsätze im Einzelhandel haben in Deutschland in den letzten zwanzig Jahren nicht zugenommen. Da viele andere Kostenblöcke wie Personal, Versicherungen und vieles mehr größer geworden sind, haben die Händler eher weniger Geld für Raumkosten übrig. Und die schon erwähnte wachsende Konkurrenz hat zu einer Expansion von Verkaufsfläche geführt, die bei stagnierenden Umsätzen eine abnehmende Flächenleistung bedeutet, was wiederum einerseits geringere Ertragskraft der Flächen und damit einen niedrigeren (Miet-)Preis bedeutet und andererseits den Anteil des Geldes, der für Mietkosten aufgewandt werden kann, noch weiter begrenzt.

Mit Ausnahme der Top-Lagen der Metropolen bedeutet dies, dass die besseren Nebenlagen in großen Städten und die besseren 1a-Lagen der mittleren und kleineren Städte entweder im Preis stagnieren oder längerfristig abnehmen werden. Die Nebenlagen an kleinen Standorten werden wohl mehr und mehr ihre Versorgungsfunktion einbüßen und damit irgendwann keine Einzelhandelslagen mehr darstellen. Dann werden aus den Verkaufsflächen anderen Nutzungen werden müssen. Das sind

## **2. Wie entwickeln sich die Mietpreise und was beeinflusst ihre Höhe?**

---

großräumige Trends, von denen es natürlich Abweichungen aus den verschiedensten Gründen gibt. Vermieter sollten aber diese grundlegenden Entwicklungen nicht aus den Augen verlieren und bei Neuvermietungen und Mietverhandlungen mit ihren Mietern berücksichtigen.

Den Verantwortlichen der kommunalen Seite, insbesondere Stadtplanern, dem Bauamt und der Rathauspitze kommt die Aufgabe zu, langfristig und nachhaltig zu denken. Dies gilt auch für die Wirtschaftsförderung, die aufgabengemäß meist eine kurzfristigere Perspektive einnimmt. Die Ausweisung neuer Handelsflächen muss jedoch in ihrer Dimension den Haupttrends unserer Gesellschaft standhalten, wenn sie verträglich und für die meisten Beteiligten sinnvoll und nachvollziehbar sein will. Zwar ließe sich manchmal zur Aufrechterhaltung der Grund- und Nahversorgung ein Discounter außerhalb des Ortskerns an einer Durchgangsstraße relativ leicht realisieren. Langfristig kann das aber die Versorgungsstruktur und Funktionalität des Ortskerns ruinieren.

Was die jüngste Entwicklung im Jahre 2012 und den Ausblick auf 2013 angeht, so mehren sich in der zweiten Jahreshälfte die Anzeichen dafür, dass die anhaltende Euro-Krise beziehungsweise die Diskussion darüber, welche Belastung auf den deutschen Staatshaushalt und damit die Steuerzahler und Verbraucher zukommen, zu einer doch langsam zunehmenden Verunsicherung der Konsumenten beiträgt, die sich in einer wachsenden Kaufzurückhaltung ausdrückt. Geschäftsklima- und Konsumklimaindizes weisen wieder sinkende Werte auf, nachdem sie erstaunliche Höhen bis ins erste Halbjahr 2012 erreicht und behauptet hatten. Es bleibt abzuwarten, wie sich die Dinge entwickeln. Fest steht dagegen der säkulare Trend, dass immer weniger vom verfügbaren Einkommen im Einzelhandel ausgegeben wird. Die Umsätze werden entsprechend weiter stagnieren, die Ertragskraft der Flächen in realen Größen eher abnehmen. Das spräche für tendenziell sinkende Mietpreise an den meisten Standorten.

### **2.2 Die Lage als wichtigstes Merkmal für Einzelhandelsflächen**

Aus den schon oben angesprochenen Gründen haben die meisten Ladenflächen besondere Anforderungen an den Standort. Für die meisten sollen schließlich möglichst viele Kundinnen und Kunden in das Geschäft finden. Dazu ist es zweckmäßig, in einer möglichst zentralen Lage zu sein - für die meisten Geschäfte gilt dies vor allem für Fußgänger. Daher sind die begehrtesten Lagen die Fußgängerzonen oder sonstigen zentralen Versorgungsbereiche des Standorts. Nur in größeren Städten handelt

## **2. Wie entwickeln sich die Mietpreise und was beeinflusst ihre Höhe?**

---

es sich dabei um mehrere Straßen, oft ist es nur ein einziger Straßenzug, manchmal auch nur ein Teil davon. Andere Betriebstypen bevorzugen dagegen Standorte, die besonders günstig mit dem Pkw erreichbar sind - die sogenannte Grüne Wiese.

Die Einschätzung, in welcher Lagequalität man sich befindet, differiert allerdings, je nachdem, welche Kriterien angelegt werden. Es gibt keine DIN-Norm, die hier für Klarheit sorgt. Für die Auswertung dieser Umfrage legt die IHK strenge Anforderungen für die einzelnen Kategorien fest. Die zuständigen Ansprechpartner vor Ort haben als 1a-Lagen je Standort nur die wirklich allerbesten Abschnitte des Einzelhandelsbesatzes ausgewählt. Mit Abstand wichtigstes Kriterium ist dabei die Frequenz, das heißt die Anzahl an potenziellen Kundinnen und Kunden, die vor dem Geschäft vorbeikommen.

Am Beispiel der Stuttgarter Innenstadt sei dies verdeutlicht: Für diese Erhebung gelten als 1a-Lage die Klettpassage, die Königstraße zwischen Klettpassage und Höhe Rotebühlplatz, die Schulstraße sowie der Eingangsbereich zum Marktplatz hin. Andere Institutionen fassen unter 1a-Lage auch Stift-, Büchsen-, Calwer oder Kirchstraße sowie weitere Lagen. Diese sind zwar zweifelsohne sehr wichtige Lagen, die teilweise auch höherwertigere Genres beherbergen als beispielsweise die Konsumlage Königstraße, sie fallen jedoch bezüglich der Frequenz so stark hinter die Top-Frequenz-Lagen zurück, dass sie unseres Erachtens in eine andere Kategorie gehören.

Die 1b-Lagen sind entweder in unmittelbarer Nachbarschaft zu den 1a-Lagen gelegen (das kann schon der Fall sein, wenn nur der Eingang um die Ecke liegt) oder aus einem anderen Grund herausragend - so wie die erwähnten Straßen in der Innenstadt. Weiter weg gelegene Standorte gliedert die Studie nicht differenziert auf, sondern fasst sie unter „sonstige Lagen“ zusammen. Das ist erhebungsbedingt, bringt aber notwendigerweise Unschärfen mit sich, weil zum Beispiel auch Sonderformen wie vereinzelt Meldungen aus Einkaufszentren darunterfallen können. Daraus erklärt sich die größere Streubreite der Einzelwerte in dieser Kategorie.

Auffallend ist, dass Marktteilnehmer die Lagequalität eines Objektes mitunter auch fragwürdig einschätzen. Auf Mieterseite kommt es eher selten vor, dass jemand seinen Standort nach unserem Dafürhalten zu positiv beurteilt. Bisweilen macht sich Unmut über empfundenenmaßen schlechte oder schlechter gewordene Charakteristika in zu negativen Einstufungen Luft. Häufiger jedoch sind Fälle, in denen von Vermieterseite den teilweise oben angesprochenen Entwicklungen nicht Rechnung getragen wird. Hier sind Vermieter der Überzeugung, eine Fläche in 1a-Lage zu vermieten, auch wenn objektiv nicht mehr von der besten Lage gesprochen werden kann. Das kann bei Mietverhandlungen dann zu Schwierigkeiten führen, wenn überhöhte

## **2. Wie entwickeln sich die Mietpreise und was beeinflusst ihre Höhe?**

---

Mietpreisvorstellungen die Folge sind. Wenn die gesunkene Ertragskraft einer Fläche nicht in nachlassenden Mieten ihren Widerhall findet, schneidet sich ein Vermieter allerdings langfristig ins eigene Fleisch, weil irgendwann ein solventer und zuverlässiger Mieter die Konsequenz ziehen und einen anderen Standort suchen wird. Die Nachvermietung zu überhöhten Preisvorstellungen wird an vielen Standorten schwierig werden; Leerstände (die den Wert des Objektes weiter herabsetzen) können die Folge sein. Deshalb unser Appell: Auch die Solvenz und Zuverlässigkeit eines Mieters ist bares Geld wert!

### **2.3 Weitere Einflussfaktoren auf den Mietpreis**

Neben der Lage sticht die Größe des Objekts als zweitwichtigster Faktor heraus. Tendenziell heißt das, dass größere Flächen pro Quadratmeter billiger sind als kleinere. Die teuersten Mietpreise weisen deshalb beispielsweise Kioske, Handyläden, Juweliere und ähnliche Sortimente auf. Anschaulich wird es vor allem, wenn es über das Erdgeschoss hinausgeht. Jedes davon abweichende Geschoss ist deutlich weniger wert, da Kunden nur mit großem Aufwand und nur teilweise auf die anderen Stockwerke geführt werden können. Kaufhäuser müssen daher eher niedrige Durchschnittsmieten über die gesamte Fläche aufweisen, damit sie rentabel betrieben werden können.

Ebenerdigkeit bedeutet im Idealfall wirklich keinerlei Stufen - sie werden von der Kundschaft unbewusst als lästig empfunden. Schon eine Treppenstufe stellt ein Manko dar. Die Schaufensterfront stellt ein weiteres Kriterium dar. Für viele Händler bietet sich nur durch attraktive Schaufenster die Möglichkeit, neben den Stammkunden auch Laufkundschaft anzuziehen. Zwar muss dazu eben ausreichend Schaufensterfront vorhanden sein, sie attraktiv zu gestalten und damit ihre Wirkung zu entfalten ist aber Aufgabe der Händler.

Noch ein Punkt, der nicht nur bei Einzelhandelsflächen zunehmend an Bedeutung gewinnt: die Variabilität der Fläche. Dass der Grundriss möglichst wenig verwinkelte Ecken aufweisen sollte, um gut nutzbar zu sein, leuchtet ohne weiteres ein. Schwieriger wird es, wenn die tragenden Teile der Statik beispielsweise den Verkaufsraum unglücklich einschränken oder optisch ungünstig beeinflussen. Meist lassen sich diese Punkte kaum beeinflussen - auch Vermieter können hier nur begrenzt Abhilfe schaffen. Aber solche Faktoren machen Abstriche beim Quadratmeterpreis notwendig, sonst spiegelt der Preis nicht die Ertragskraft der Fläche wider.

## **2. Wie entwickeln sich die Mietpreise und was beeinflusst ihre Höhe?**

---

Ähnlich wirken sich Einschränkungen bei der Erreichbarkeit durch Kunden und Lieferanten aus, ebenso ein Mangel an adäquaten Parkplätzen. Positiv kann eine gute Anbindung ans Netz des Öffentlichen Personen-Nahverkehrs wirken. Weitere Aspekte sind in der Checkliste in Kapitel 4 zu finden.

### **2.4 Was sollten Vertragspartner beachten?**

Der Konkurrenzkampf im Einzelhandel hat die Branche zu einer eher unattraktiven wirtschaftlichen Betätigung gemacht. Besonders stark verspüren die kleineren Betriebe, vor allem die älteren, inhabergeführten Fachhandelsunternehmen, den immer noch steigenden Wettbewerbsdruck der Branche. Die schon eingangs geschilderten Phänomene wirken sich jedoch mittel- und langfristig negativ auf den gesamten Standort und damit auf die erzielbaren Mieten aus. Durch nicht - oder nicht mehr - der Ertragskraft angepasste Mieten erhöht sich der Druck des Verdrängungswettbewerbs. Traditionelle Fachgeschäfte, Unternehmen mit breiten Sortimenten, Betriebe mit größerem Flächenbedarf und solche, die nicht über die günstigen Einkaufskonditionen der großen Konzerne verfügen, haben Schwierigkeiten, in den Innenstädten zu überleben. Wenn diese Unternehmen aufgeben oder sich an andere Standorte zurückziehen, ändert sich das Aussehen der Stadtzentren weiter; es gleicht sich immer mehr an das wenig individuelle Erscheinungsbild der Zentren größerer deutscher Innenstädte mit hoher Filialisierung an und verliert den eigenständigen Charakter, der aber für viele Kunden einen wichtigen Teil der Attraktivität ausmacht. Gerade zur Abgrenzung gegenüber dem Online-Handel wäre das entscheidend.

Wenn es aber erst einmal soweit ist, dass der Standort an Anziehungskraft eingebüßt hat, schadet das nicht nur den Kassen der ansässigen Händler und Dienstleister. Auch die Vermieter müssen auf lange Sicht Einbußen befürchten, wenn ihre Objekte nicht mehr oder nur noch mit dem Risiko eines hohen Preisabschlags vermietbar sind. Vermieter erkennen daher immer häufiger, dass sie mit einem langjährigen Mieter auch aus Renditeüberlegungen besser fahren als mit einem häufigeren Mieterwechsel, der immer auch Räumungskosten und langwierige Leerstände mit sich bringt. Insofern können maßvolle Mietabschlüsse ein Instrument sein, das letztlich beiden Vertragsparteien, Mietern und Vermietern, dient.

### 3. Die Ergebnisse im Einzelnen

---

#### 3.1 Die Erhebung

Zur Ermittlung der Mieten wurden Einzelhandelsunternehmen an den wichtigeren Standorten der Region Stuttgart ausgewählt. Zwar gibt es nur wenige Kommunen, die keinerlei Einzelhandel aufweisen; es sollte aber eine gewisse kritische Masse zusammenkommen, damit man einerseits über eine ausreichende Grundgesamtheit verfügt und andererseits überhaupt von einem Markt von Einzelhandelsflächen sprechen kann. An diese Standorte wurden Fragebögen verschickt, mittels derer die Kennzahlen erhoben wurden (siehe die Anlage in Kapitel 6.2). Ermittelt wurden Standort inklusive Straße, Selbsteinschätzung der Lagekategorie, Verkaufs- und Gesamtfläche, Miete und Nebenkosten, eine subjektive Einschätzung der Mietbelastung und Anmerkungen zu den Angaben. Die Lageeinschätzungen wurden nötigenfalls korrigiert, um sie vergleichbar zu machen und den Kriterien der IHK anzupassen (siehe dazu Kapitel 2.2).

Bei den **Flächen** gingen Antworten von knapp 20 bis 6500 Quadratmetern Größe ein. Durchschnittlich verfügen die Ladengeschäfte, deren Werte ermittelt wurden, über 277 Quadratmeter Geschäfts- und 225 Quadratmeter Verkaufsfläche. Bei den **Mieten** reichen die Werte von etwa 100 Euro bis über 50 000 Euro pro Monat; durchschnittlich fallen gut 2600 Euro an monatlicher Kaltmiete pro Betrieb an.

Die **Nebenkosten** belasten die Mieter mit 20 Euro bis zu mehr als 18 000 Euro im Monat; durchschnittlich belief sich das auf einen Betrag von etwas über 700 Euro. Von etwa 50 Cent bis über 10 Euro pro Quadratmeter fallen an, was vor allem darauf zurückzuführen ist, dass zum Teil recht unterschiedliche Leistungen in den Nebenkosten aufgefangen werden. Im Mittel entspricht das 3,50 Euro Nebenkosten pro Quadratmeter. Auch die Verbrauchskosten fallen sehr ungleich aus; im Lebensmittelhandel sind beispielsweise die Stromkosten zwischenzeitlich enorm belastend. In Einzelfällen liegen die Neben- und Verbrauchskosten höher als die Miete bei bis zu 20 Euro pro Quadratmeter.

399 Mieter gaben eine Einschätzung der **Mietbelastung** ab. Trotz der im Bundesvergleich teuren Mietpreise befinden immerhin 231 von ihnen (58 Prozent), dass ihre Miete günstig oder angemessen ist. 110 schätzen die Belastung als hoch ein (28 Prozent), 58 (15 Prozent) als zu hoch. Das ist vor dem Hintergrund der für viele Marktteilnehmer in den letzten Jahren schwieriger gewordenen Kostensituation und der in Kapitel 2.1 angesprochenen Lage im Einzelhandel kein alarmierender Wert, vor allem wenn man vermuten könnte, dass diejenigen Antworten leicht überrepräsentiert sein könnten, die eine zu hohe Miete einmal publik machen wollen. Auf der anderen Seite spricht das aber auch dafür, dass die Mieter nicht pauschal die Position einnehmen,

### **3. Die Ergebnisse im Einzelnen**

---

dass Mieten zu hoch sind. Die Beurteilung scheint vielmehr den Schluss nahezu legen, dass die Fragebögen verantwortungsvoll beantwortet und weniger als Sprachrohr von Protest benutzt wurden.

#### **3.2 Die Mietpreise an den Standorten**

Das zentrale Ergebnis der Erhebung sind die Mietpreise an den einzelnen Standorten. Im Gegensatz zu früheren Ausgaben dieser Erhebung, in denen die Geschäftsfläche Bezugspunkt für die Mietpreise war, wurden diesmal die Mietpreise pro Quadratmeter Verkaufsfläche ausgewiesen - soweit möglich. Manche Betriebe konnten hier keine Trennung vornehmen, sei es, weil tatsächlich die gesamte Geschäftsfläche auch gleichzeitig Verkaufsfläche darstellt (also weder Sozial- noch Lagerräume vorhanden sind) oder aus anderen Gründen. Wenn keine Angaben zur Verkaufsfläche gemacht wurden und sie sich auch sonst nicht ermitteln ließ, wurden in den verbleibenden restlichen Fällen ersatzweise die Mietpreise pro Quadratmeter Geschäftsfläche herangezogen. Im Normalfall fallen diese niedriger aus, weil die Geschäftsfläche größer ist als die reine Verkaufsfläche.

Der Grund dafür, die Mieten auf die Verkaufsfläche zu beziehen, ist folgender: Für Mieter ist der Preis, den man für eine Fläche bereit ist zu bezahlen, abhängig von der Ertragskraft der Fläche. Dieser Ertrag wird allerdings auf der Verkaufsfläche erzielt. Die Nebenflächen sind zwar bei den meisten Sortimenten und Betriebsformen in einem bestimmten Umfang erforderlich; darüber hinaus wären sie aber unnötig - und teuer. Also ist passend zur Flächenproduktivität, die sich ebenfalls auf die Verkaufsfläche bezieht, der Mietpreis auf diesem Teil des Ladengeschäfts entscheidend. Für die Nebenflächen wird in vielen Mietverträgen nur ein pauschaler Aufschlag auf die Verkaufsfläche erhoben.

Die höchsten Mietpreise in der Region werden erwartungsgemäß in der 1a-Lage der Stuttgarter Innenstadt bezahlt. Hier, das heißt in der Königstraße und der Schulstraße, wurden uns Werte bis über 200 Euro pro Quadratmeter genannt. Dass es bei Neuvermietungen und gut geschnittenen kleineren Flächen auch Werte über 300 Euro geben kann, sei hier nachrichtlich erwähnt. Solche Mietpreise lassen sich nur in wenigen Toplagen Deutschlands finden. Allen voran liegt die Konsumlage der Münchner Innenstadt (Kaufinger Straße), darauf folgt die Zeil in Frankfurt am Main. Vor Jahren lag die Königstraße Stuttgarts an dritter Stelle im Bundesvergleich, heute haben andere Standorte nachgezogen. Düsseldorf, Hamburg, Berlin und Köln liegen

### **3. Die Ergebnisse im Einzelnen**

---

knapp vor Stuttgart, wenn man das Ranking des Maklerunternehmens Jones Lang LaSalle zu Grunde legt.

Der Minimalwert von etwa 22 Euro darf nicht erstaunen; der einfachste Grund für scheinbar günstige Mieten liegt meist darin, dass Mischkalkulationen bei mehreren Stockwerken den Durchschnittspreis erheblich senken. Andere Gründe sind denkbar: alte Mietverträge, Nutzungen mit einer geringen Produktivität etc. Vor allem sind aber nicht alle Vermieter auf den letzten Euro angewiesen, den sie mit ihrem Objekt erzielen könnten. Im Schnitt ergibt sich aus den Werten der 1a-Lage ein Preis von 76 Euro pro Quadratmeter für die Bestandsmieten.

Schon in der 1b-Lage beläuft sich das Mittel auf knapp 50 Euro, im Rest der Innenstadt liegt der Wert bei weniger als 24 Euro. In den Nebenlagen bzw. Stadtteilen pendeln sich die Mietpreise meist zwischen 10 und 20 Euro ein.

Aus den anderen Standorten der Region sind insbesondere Esslingen und Ludwigsburg herauszuheben. Sie sind nach Stuttgart die wichtigsten Einzelhandelsstandorte. Die Mieten dort reichen ebenfalls bis in den dreistelligen Bereich; die Mittelwerte der Top-Lagen liegen deutlich vor den anderen Standorten. Bei den 1b-Lagen ist die Situation entsprechend.

Die günstigsten Flächen kann man überall finden - hier ist weniger der Makro-Standort wichtig, sondern eher die (entlegene) Lage innerhalb der Stadt. Auch spielen die Flächengröße oder die Verteilung auf mehrere Stockwerke hier eine entscheidende Rolle. Daher können Flächen unter zehn Euro je Quadratmeter sogar in der Stuttgart City anfallen - umso wichtiger ist die richtige Einordnung dieser Ergebnisse im Einzelfall.

#### **3.3 Einschätzung der Mietbelastung**

Die Einschätzung der Mietbelastung durch die Mieter ist notwendigerweise eine subjektive Angelegenheit. Allerdings haben schon unsere Untersuchungen in der Vergangenheit ergeben, dass die Antworter versucht haben, eine realistische Einschätzung vorzunehmen. Auch dieses Mal sprechen die Ergebnisse dafür, dass die Frage nach der Mietbelastung verantwortungsvoll beantwortet wurde.

Knapp zehn Prozent der Mieter (9,5 %) finden, dass ihre Miete günstig ist. Dazu gehören nicht unbedingt die geringsten Mietpreise, wie man vielleicht vermuten könnte. Die Streubreite reicht bis hin zum oberen zweistelligen Eurobetrag pro Quadratmeter.



### 3. Die Ergebnisse im Einzelnen

---

Naturgemäß ist die Durchschnittsmiete von 12,70 Euro bei dieser Einschätzung niedriger als in anderen.

Etwa die Hälfte der Mieter (48,1 %) stufen ihre Mieten als angemessenen ein. Zwar liegt hier auch der durchschnittliche Mietpreis mit 17,70 Euro höher als bei den als günstig angegebenen Mieten, allerdings finden sich auch hier erstaunliche Angaben. So liegt die zweithöchste Angabe, die uns gemacht wurde, in den Augen der Mieter im grünen Bereich angemessener Mietpreise. Es kommt eben immer darauf an, wie der Gegenwert einer Fläche bemessen und welche Nutzung darauf möglich ist - dann können auch scheinbar erdrückend hohe Mieten sich rechnen.

Ein gutes Viertel der Antworter (27,5 %) finden allerdings, dass ihre Mietzahlungen im Verhältnis zur Flächengröße und -qualität hoch ausfällt. Mit 27,80 Euro pro Quadratmeter ist erkennbar, dass teurere Flächen mit einer negativeren Einschätzung einhergehen. Es findet sich auch eine Vielzahl höherer Mietpreis-Nennungen in dieser Kategorie, aber auch Nennungen um sechs Euro. Hier gilt der Umkehrschluss: scheinbar günstige Preise machen Mieter nicht per se glücklich; wenn die Fläche relativ gesehen schlecht gelegen ist oder Mankos aufweist, kann sie trotzdem als überteuert empfunden werden.

Schließlich beurteilt jeder siebte Mieter (14,9 %) seine Miete als überteuert bzw. zu hoch. 29,10 Euro bezahlen die Mieter, die eine solche Einstufung abgegeben haben, im Schnitt pro Quadratmeter. Der höchste Wert der Umfrage findet sich darunter, aber auch einige einstellige Werte bis hin zu einem Mietpreis, die noch unter sechs Euro liegt. Dazu lässt sich nur wiederholen, was im letzten Absatz erläutert wurde.

Die einzelnen Standorte weichen vom Durchschnitt der gesamten Erhebung naturgemäß mehr oder weniger ab. An dieser Stelle sei nur exemplarisch ausgeführt, dass in der teuersten Lage, der Stuttgarter Innenstadt, die Einstufungen der Mietpreise als günstig überrepräsentiert sind, die als hoch oder zu hoch aber schwächer ausgeprägt sind als im Rest der Region. Ein weiteres Indiz dafür, dass ein hoher Wert alleine noch nichts über die Belastung für das mietende Unternehmen aussagt. Demgegenüber hält beispielsweise nur ein einziger Esslinger Mieter seine Miete für günstig. Vor allem in der 1b- und in den sonstigen Lagen sind unzufriedene Mieter überrepräsentiert. Erneut ist der Hinweis wichtig, dass zur richtigen Einschätzung eine genauere Betrachtung des jeweiligen Falles notwendig ist.

## **4. Die Bewertung eines Mietobjektes**

---

### **4.1 Grundlegendes**

Aus den im zweiten Kapitel genannten Gründen ist es notwendig, den Marktwert eines Objektes, das für eine Anmietung in Frage kommt, jeweils gewissenhaft zu ermitteln. Dort, wo Eigentümer ihre Immobilien zu möglichst hohen Preisen vermieten und Einzelhändler für ihr Sortiment geeignete Räumlichkeiten zu geringen Kosten anmieten wollen, stoßen gegensätzliche Interessen aufeinander. Dabei ist zu berücksichtigen, dass jede Einzelhandelsfläche ihren ganz individuellen Wert hat, der nach einer Vielzahl verschiedener Kriterien bemessen werden kann. Welches davon das wichtigste Kriterium ist, hängt zwar von den jeweiligen Anforderungen ab, die für die Erfüllung des Vorhabens an die Fläche bestehen. Gefragt, welches Kriterium für die Wertbemessung einer Fläche im Einzelhandel ausschlaggebend sei, antworten jedoch viele Fachleute vielsagend: Erstens die Lage, zweitens die Lage und drittens die Lage. Aber auch innerhalb einer 1a-Lage gibt es große Unterschiede. Allgemein gültige Verfahren zur Mietbestimmung gibt es daher nicht; es kann jedoch durch eine Analyse der eigenen Anforderungen und durch den Vergleich verschiedener Angebote dafür Sorge getragen werden, dass die Entscheidung mit Umsicht getroffen wird.

So ist es durchaus sinnvoll, sich nicht auf bloße Vergleichszahlen aus Mietspiegeln zu verlassen, sondern betriebs- und standortbezogen beispielsweise anhand der folgenden Checkliste zu überprüfen, welche Stärken und Schwächen das individuelle Objekt hat. Die folgenden Fragen bieten einen ersten Überblick, welche Aspekte bei der Bewertung einer Ladenfläche zu berücksichtigen sind.

### **4.2 Gestaltung des Mietvertrags/Kalkulation der Miete**

- Entspricht die Miete der Standortqualität?
- Spiegelt der Vertrag wider, dass mit wachsender Verkaufsfläche die Miete pro Quadratmeter sinkt?
- Werden/wurden vom Mieter selbst Investitionen vorgenommen, die die Immobilie aufwerten und in der Miete berücksichtigt werden müssen?
- Welche Indexreihe wird für eine Mietanpassung gewählt (vgl. Kapitel 5.)?

## **4. Die Bewertung eines Mietobjektes**

---

### **4.3 Das Mietobjekt**

- Wie ist der bauliche Zustand des Gebäudes?
- Dürfen an der Fassade Werbetransparente angebracht werden?
- Ist die Zahl und Größe der Schaufenster ausreichend?
- Wo ist der Eingang platziert, wie breit ist er?
- Wie ist der Zugang zu Treppauf- und -abgängen?
- Auf wie viele Stockwerke verteilt sich die Verkaufsfläche?
- Wie ist der Zuschnitt des Raums? Ist er variabel?
- Wie übersichtlich ist der Raum?
- Ist die Raumhöhe ausreichend?
- Weist der Mietraum technische Mängel auf?
- Wie sind Strom- und Wasserversorgung sowie die Klimatisierung/Lüftung geregelt?

### **4.4 Das Umfeld**

- Welchen Bekanntheitsgrad hat der Standort? Muss der Standort durch mehr Werbeaufwand bekannt gemacht werden?
- Wie hat sich die Standortqualität, zum Beispiel durch Neuansiedlungen in der Nachbarschaft, verändert; wurde der Standort etwa zur Randlage?
- Sind Planungen bekannt, die die Standortqualität beeinflussen könnten?
- Befindet sich die Umgebung in einem ordentlichen Zustand?
- Hat das Geschäft eine zentrale Lage?
- Wie gut ist das Geschäft/der Eingang sichtbar?
- Sind in der Nachbarschaft Magneten wie Kaufhäuser, Supermärkte oder sonstige Frequenzerzeuger wie Behörden oder Haltestellen von öffentlichen Verkehrsmitteln vorhanden?
- Wie ist das Geschäft erreichbar?
- Hat der Gehweg vor dem Geschäft die nötige Breite?
- Liegt das Ladenlokal auf der Laufseite der Straße?

#### **4. Die Bewertung eines Mietobjektes**

---

- Sind Parkmöglichkeiten in der Nachbarschaft vorhanden und ausreichend?
- Sind die Parkhäuser in der Nachbarschaft sauber oder werden sie von vielen gemieden?
- Ist die Anbindung an das System des öffentlichen Personennahverkehrs befriedigend?
- Wie werden Kundenströme durch die Verkehrsführung geleitet?

## **5. Mietverträge und Wertsicherungsklauseln**

---

Die rechtlichen Regelungen, die beim Abschluss eines gewerblichen Mietvertrages zu beachten sind, sind vielfältig. Sie können an dieser Stelle nicht ausführlich behandelt werden, da die Vertragsgestaltung eine Einzelfallbewertung erforderlich macht. Da solche Verträge oft eine ausgesprochen lange Bindungsdauer aufweisen, lohnt es sich, sich vor Unterzeichnung rechtlich beraten zu lassen. Einführende Gesichtspunkte finden sich im Internetauftritt der IHK unter Dok.-Nr. 10999.

Auch die Möglichkeit, automatische Anpassungen der Miethöhe zu vereinbaren, unterliegt bestimmten Bedingungen. Mieter sollten sich auch hierzu rechtlichen Rat einholen.

## 6. Anhang

### 6.1 Ergebnisübersicht der Mietpreisumfrage im Einzelhandel 2012

#### Mietpreise pro Quadratmeter Verkaufsfläche netto kalt in Euro

Kammer- bezirk	Standort	1a-Lage			1b-Lage			sonst. Lagen		
		min	max	Mittel	min	max	Mittel	min	max	Mittel
S	S-Zentrum	21,90	215,00	76,10	20,20	135,70	49,40	6,40	76,70	23,70
	S-Bad Cannstatt	13,20	33,30	22,80	5,90	25,00	15,10	5,50	22,90	14,80
	S-Degerloch	16,40	39,40	26,80	6,50	33,30	16,60	6,40	16,00	11,20
	S-Feuerbach	14,50	27,40	19,70	6,60	34,90	16,80	-	-	-
	S-Zuffenhausen	8,90	48,40	20,00	8,20	18,00	13,70	-	-	-
BB	Böblingen	9,20	22,50	17,50	7,70	25,40	13,30	5,30	20,40	11,70
	Herrenberg	9,90	20,60	13,50	7,10	24,00	12,80	4,70	21,90	11,50
	Leonberg	7,80	43,80	18,50	9,10	17,90	12,60	6,70	14,60	10,30
	Sindelfingen	12,10	30,90	17,60	6,70	14,00	10,40	9,00	23,10	13,00
ES-NT	Esslingen	40,20	116,00	60,20	8,10	44,20	18,70	4,60	42,90	16,40
	Filderstadt	8,60	19,20	14,40	6,80	18,30	12,60	5,60	21,20	10,90
	Kirchheim/Teck	18,70	40,00	28,80	5,00	15,70	11,00	5,00	8,10	6,40
	Nürtingen	12,00	49,60	27,80	10,50	20,00	15,40	4,10	12,70	8,00
	Ostfildern	11,10	16,80	13,80	6,00	12,50	10,00	5,00	10,00	7,50
GP	Göppingen	12,40	29,20	21,00	6,00	27,50	15,00	7,60	14,90	10,60
	Geislingen	5,50	15,00	9,80	5,60	10,80	8,90	6,20	17,00	10,10
	Filstal*	5,90	14,00	9,20	5,00	21,40	8,90	5,70	10,10	7,90
LB	Ludwigsburg	21,00	71,40	42,60	12,30	47,50	25,60	5,00	45,90	16,10
	Bietigheim-Bissingen	15,00	19,00	17,40	8,40	13,60	11,00	3,80	10,90	8,30
	Ditzg./KWH/Vaihg.Enz**	7,90	26,00	15,20	7,60	15,30	11,80	3,80	12,20	8,50
RM	Waiblingen	8,30	33,80	20,10	10,00	18,30	14,30	5,70	20,00	13,20
	Backnang	7,70	33,10	16,30	8,70	13,80	11,30	4,20	18,00	9,40
	Fellbach	8,60	22,90	15,50	5,00	20,30	11,70	4,30	14,90	9,80
	Murrhardt	5,70	17,00	10,50	6,00	13,30	9,70	3,00	12,50	8,60
	Schorndorf	12,40	30,00	18,60	10,70	15,00	13,40	3,60	16,90	9,80
	Weinstadt	10,60	20,00	16,40	13,40	16,30	15,10	7,70	13,30	10,30
	Winnenden	13,60	33,00	22,10	8,80	21,30	16,30	5,30	16,80	10,40

\* Filstal: zusammengefasste Nennungen aus Donzdorf, Ebersbach, Eislingen, Süßen, Uhingen

\*\* zusammengefasste Nennungen aus Ditzingen, Kornwestheim und Vaihingen/Enz

nachrichtlich:

#### Standorte, bei denen die Einteilung in Lagen problematisch ist:

Standort	min	max	Mittel gesamt	Schwerpunkt	Mittel Schwerpunkt
S-West	4,20	25,70	14,30	11,40 - 15,10	11,90
S-Vaihingen	9,30	32,00	19,60	14,10 - 20,00	16,70

## 6. Anhang

---

### 6.2 Muster des Fragebogens

#### Fragebogen zum Mietspiegel für den Einzelhandel 2012

1. Ihr **Standort**: Ort: ..... Straße: .....
2. Sind Sie **Mieter** der Räume?  Ja  Nein (Eigentum)  Ich habe keine Verkaufsräume
3. Wie beurteilen Sie Ihren **Standort**?  
 1a-Lage (Hauptgeschäftsstraße)  1b-Lage (Seitenstraßen zu 1a-Lagen)  
 Sonstige Lage (Beschreibung, z. B. Fachmarktzentrum) .....
4. Das Ladengeschäft hat eine **Gesamtfläche/Verkaufsfläche** von ...../..... m<sup>2</sup>
5. Wie hoch ist die monatliche **Nettokaltmiete** (d. h. ohne MwSt, ohne Verbrauchskosten, ohne Nebenkosten) insgesamt? ..... Euro
6. Welche weiteren Raumkosten fallen an? Die **Verbrauchskosten** (Strom/Heizg./Wasser) und **Nebenkosten** (Hausverwaltung/Steuern etc.) betragen zus. monatlich ..... Euro
7. Wie beurteilen Sie die **Mietbelastung**?  
Die Miete ist  günstig  angemessen  hoch  zu hoch

Raum für Anmerkungen: \_\_\_\_\_

---

### 6.3 Methoden der Erhebung und Auswertung

Die Umfrage wurde im Frühjahr 2012 durch ein schriftliches Verfahren durchgeführt. Der Fragebogen ist im Anhang unter Kapitel 6.2 zu finden. Angeschrieben wurden Mitgliedsunternehmen der IHK Region Stuttgart, deren Betriebssitz in ausgewählten Postleitzahlgebieten liegt. Diese Postleitzahlgebiete umfassen neben den in der Broschüre einzeln ausgewerteten Standorten auch noch Renningen, Weil der Stadt, Leinfelden-Echterdingen, Plochingen, Wernau, Wendlingen und Vaihingen/Enz. An diesen Standorten war der Rücklauf allerdings zu schwach, als dass statistisch valide Aussagen möglich gewesen wären.

Angeschrieben wurden Unternehmen, die in ihrer Gewerbemeldung als Schwerpunkt ihrer Tätigkeit stationären Einzelhandel angegeben haben. Informationen darüber, ob die Ladengeschäfte angemietet sind oder sich im Eigentum der Betreiber befinden, lagen deshalb zunächst nicht vor. Insgesamt wurden etwa 9000 Unternehmen angeschrieben, geantwortet haben rund 700 Betriebe.

Die eingegangenen Antworten wurden einzeln einer Plausibilitätsprüfung unterzogen. Bei den Lageneinschätzungen der Befragten nahmen die IHK-Ansprechpartner vor Ort teilweise Korrekturen vor, um eine einheitliche Bewertung sicherzustellen.

Die Mittelwerte stellen ungewichtete arithmetische Mittel dar; Flächengrößen wurden nicht speziell berücksichtigt. Die angegebenen Minima und Maxima sind die für die jeweilige Lage niedrigsten bzw. höchsten Einzelwerte. Dabei kann es sich auch um Ausreißer (zum Beispiel kleine Geschäfte mit nur wenigen Quadratmetern Fläche) handeln; sie wurden daher besonders auf ihre Plausibilität hin überprüft. Plausible, aber völlig atypische Werte wurden nicht in die Auswertung einbezogen.



## **Anschriften**

---

### **Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart**

Jägerstraße 30, 70174 Stuttgart  
Postfach 10 24 44, 70020 Stuttgart  
Telefon 0711 2005-0, Telefax -1354  
www.stuttgart.ihk.de  
info@stuttgart.ihk.de

### **Bezirkskammer Böblingen**

Steinbeisstraße 11, 71034 Böblingen  
Telefon 07031 6201-0, Telefax -8260  
info.bb@stuttgart.ihk.de

### **Bezirkskammer Esslingen-Nürtingen**

Fabrikstraße 1, 73728 Esslingen  
Postfach 10 03 47, 73703 Esslingen  
Telefon 0711 39007-0, Telefax -8330  
info.esnt@stuttgart.ihk.de

Geschäftsstelle Nürtingen  
Bismarckstraße 8-12, 72622 Nürtingen  
Postfach 14 20, 72604 Nürtingen  
Telefon 07022 3008-0, Telefax -8630

### **Bezirkskammer Göppingen**

Franklinstraße 4, 73033 Göppingen  
Postfach 6 23, 73006 Göppingen  
Telefon 07161 6715-0, Telefax -8484  
info.gp@stuttgart.ihk.de

### **Bezirkskammer Ludwigsburg**

Kurfürstenstraße 4, 71636 Ludwigsburg  
Postfach 6 09, 71606 Ludwigsburg  
Telefon 07141 122-0, Telefax -1035  
info.lb@stuttgart.ihk.de

### **Bezirkskammer Rems-Murr**

Kappelbergstraße 1, 71332 Waiblingen  
Telefon 07151 95969-0, Telefax -8726  
info.wn@stuttgart.ihk.de





