STUTTGART

HOHE ANZIEHUNGSKRAFT UND TOP-ANGEBOT, ABER AUCH VIEL INTERNER WETTBEWERB

AUGUST 2017

COMFORT

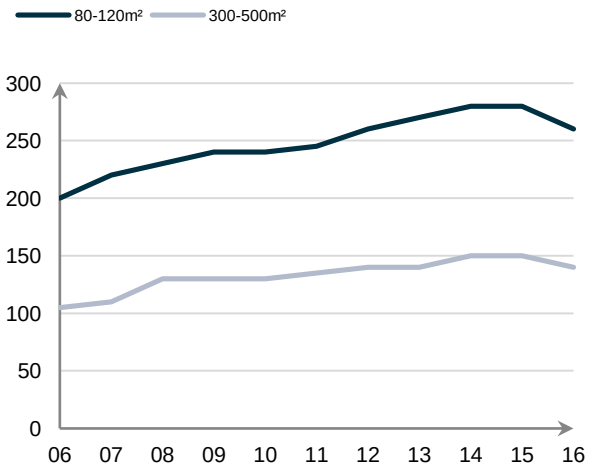
IN ZAHLEN

Bundesland:	Baden-Württemberg
Einwohnerzahl:	623.738
Bevölkerungsentwicklung:	+ 1,8 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte:	389.562
Arbeitslosenquote:	5,2 %
Einzelhandelskaufkraft:	112,3
Einzelhandelszentralität:	119,6
Relevante Shopping-Center: Königsbau Passagen Stuttgart (C), Das Gerber (C), Dorotheen Quartier (in Planung; C), Milaneo (S), Cannstatter Carré (S), Schwabengalerie (S) C=City S=Stadtteil P=Peripherie	

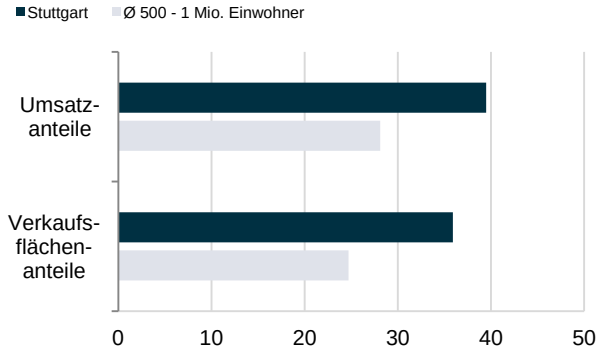
Quellen: Statistische Landesämter, GfK GeoMarketing GmbH, Bundesagentur für Arbeit,

1A-EINZELHANDELSMIETEN

von 2006 - 2016 in EUR/m²



INNENSTADTANTEILE



Quellen: COMFORT Research & Consulting

Baden-Württembergs Landeshauptstadt Stuttgart ist die sechstgrößte Stadt Deutschlands. Sie stellt den eindeutigen Mittel- und Anziehungspunkt einer der größten und insbesondere wirtschaftlich leistungsstärksten deutschen Metropolregionen dar. Das Stadtbild ist durch eine lebhafte Topographie mit vielen Anhöhen, Tälern und Grünflächen über eine Höhendifferenz von fast 350 Metern geprägt.

Gleichwohl verfügt die Stadt über eine sehr gute großräumige Erreichbarkeit, die sich im Zuge der Umsetzung des (Bahn-)Verkehrsprojekts Stuttgart 21 längerfristig sogar noch weiter verbessern wird.

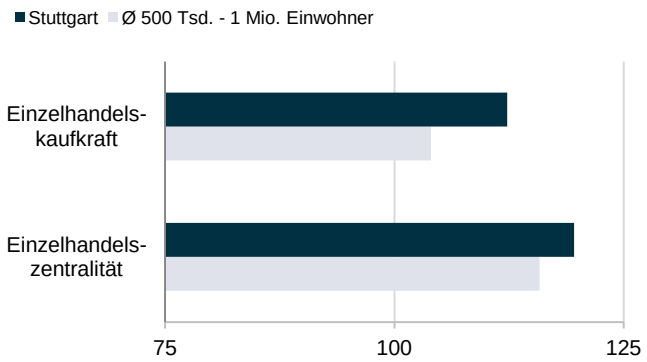
Die wirtschaftliche Stärke der Region beruht auf der Vielseitigkeit der Wirtschaftsstruktur mit Global Brands wie Daimler, Porsche oder Bosch, einem sehr lebendigen und gesunden Mittelstand sowie einem sehr vielfältigen Dienstleistungsangebot, das vom Einzelhandels- und Gastronomiesektor über Banken und Versicherungen bis in den öffentlichen Bereich als Landeshauptstadt reicht.

BEDEUTUNG DER STADT ALS EINZELHANDELSSTANDORT

Stuttgart zählt mit seinen überdurchschnittlichen Kaufkraft- und Zentralitätskennziffern traditionell zu den begehrtesten Standorten für national und international tätige Einzelhandelsunternehmen. So ist es kein Zufall, dass die Global Retail Marke Uniqlo seine deutschlandweite Expansion nach dem Start in Berlin nunmehr in Stuttgart fortsetzte. Neben dem "Klassiker" High Street sind hier in den letzten Jahren durch diverse Projekte auch Shopping-Center in den Fokus geraten, wie z. B. die beiden 2014 eröffneten Center Milaneo (als maßgeblicher Baustein des innenstadtnahen Europaviertels) oder das Gerber im gleichnamigen Innenstadtquartier.

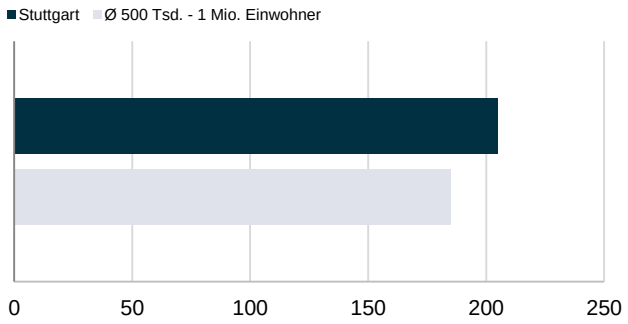
Allein hierdurch kamen zusammen rd. 57.000 m² neue Einzelhandels-Verkaufsfläche in die Stadt, welche die überörtliche Ausstrahlung von Stuttgarts Einzelhandel sicher gefördert, aber auch den Mieterwettbewerb untereinander und den Wettbewerb der Eigentümer um die Mieter intensiviert haben. Und diese Wettbewerbszunahme dauert an: Die diesjährige Eröffnung des Dorotheen Quartiers im Umfeld von Breuninger fand im Mai statt!

EINZELHANDELSKAUFKRAFT UND -ZENTRALITÄT



Quelle: GfK GeoMarketing GmbH

MODEZENTRALITÄT



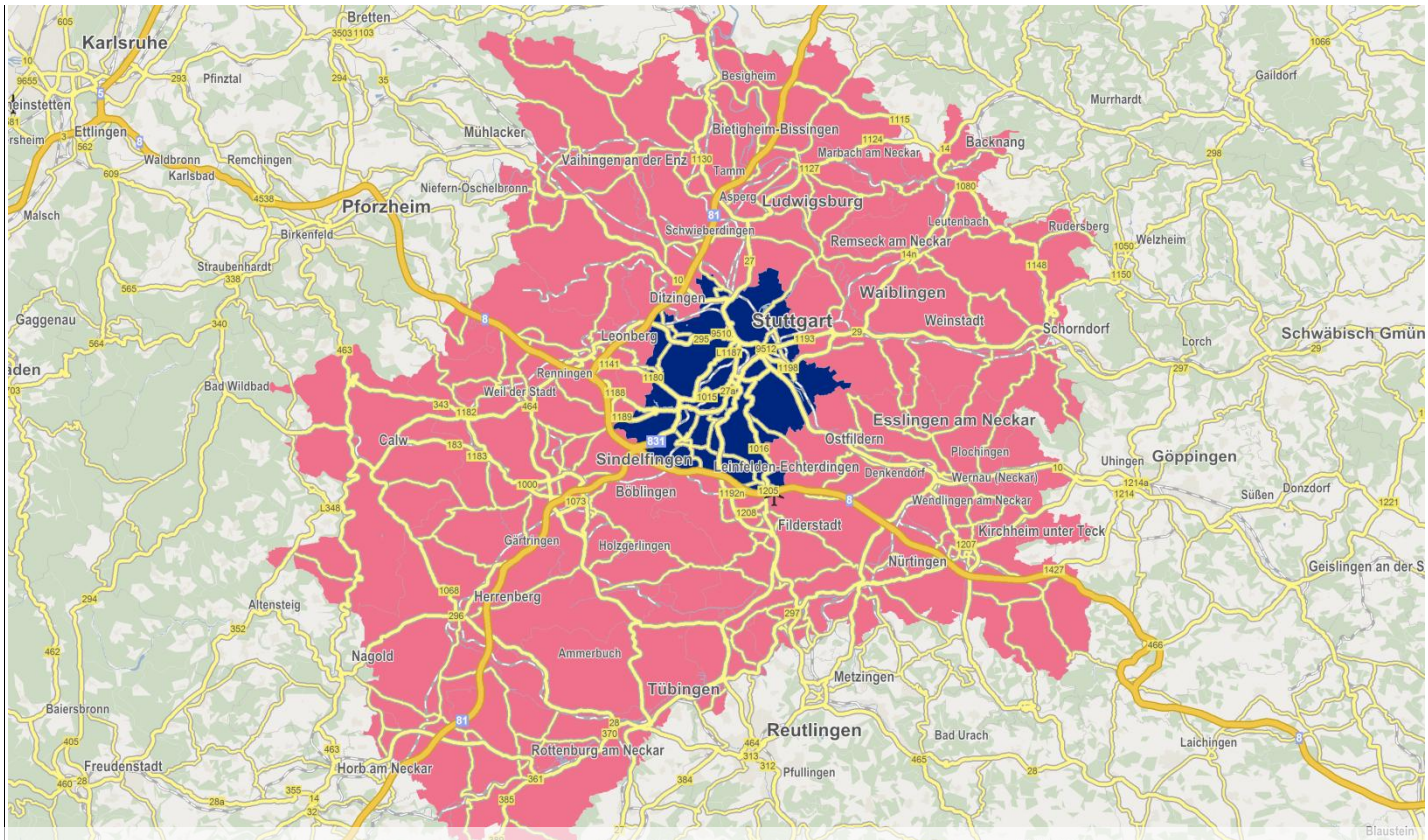
Quelle: COMFORT – Research & Consulting

In 2016 wurde in der Stuttgarter Innenstadt auf einer Verkaufsfläche von rd. 354.000 m² ein Einzelhandelsumsatz von 1,6 Mrd. EUR erzielt. Dies entspricht einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 4.600 EUR/m²: Ein Wert, der die Leistungsstärke und Attraktivität des innerstädtischen Einzelhandels nachdrücklich unterstreicht. (So rangiert die durchschnittliche innerstädtische Flächenproduktivität in Städten zwischen 500.000 bis 1 Mio. Einwohner bei deutlich niedrigeren rd. 3.600 EUR/m².)

In der guten Stuttgarter Performance kommt auch das außerordentlich große Einzugsgebiet zum Ausdruck. Mit gut 2,5 Mio. Einwohnern ist es das viertgrößte aller deutschen Metropolen und somit auch spürbar größer als das der generell mehr Einwohner aufweisenden Städte Köln und Frankfurt.

Dies alles findet seinen Niederschlag auch in einer außerordentlich hohen Einzelhandelszentralität. Sie erreicht ein Niveau von fast 120, das sind rd. 5 Indexpunkte mehr als in der Stadtgrößenklasse 500.000 – 1 Mio. Einwohner üblich. Und auch speziell bei der Modezentralität, welche die Anziehungskraft einer Stadt beim City-Kernsortiment Mode (Bekleidung, Textilien, Schuhe, Lederwaren) ausdrückt, liegt Stuttgart klar über dem Durchschnitt: 204,6 gegenüber dem Stadtgrößendurchschnitt von 185,0!

EINZUGSGEBIET



Quelle: COMFORT – Research & Consulting, Kartengrundlage RegioGraph

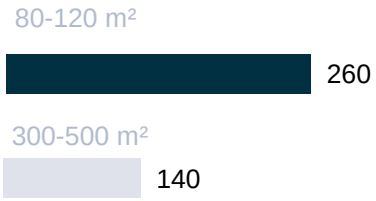
Blick in Stuttgarts Top 1A-Lage: die Königstraße

1A-LAGE

KÖNIGSTRASSE

- Klassische Toplage mit den etablierten Filialisten
- Bundesweit eine der attraktivsten Einkaufsstraßen, sehr gute Passanten-frequenz
- Konsummeile mit interessantem und ausgewogenem Branchenmix
- Sehr gute Lagequalität auf der gesamten Länge der Fußgängerzone
- Auffällige Mieterwechsel gerade im Vergleich mit den Top 7 insbesondere im Bereich der Großflächennutzer (über 1.000 m²) durch Anmietungen von TK Maxx, Reserved, Uniqlo sowie zukünftig Primark
- Neue Mieter: TK Maxx, Reserved, Kickz, Decathlon Connect, Calzedonia, Uniqlo, Rituals, Vorwerk, Apollo Optik, Pylones, Feinkost Böhm, van Laack sowie Primark, Vodafone und dm-Drogeriemarkt im ehemals von Karstadt genutzten Gebäude
- Mietpreis: ca. 260,- EUR/m² (klein), ca. 140,- EUR/m² (mittel)

MIETPREISANGABE
in EUR/m²



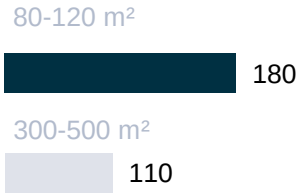
TK Maxx hat hier auf der Königstraße seine neue Heimat gefunden

SCHULSTRASSE / MARKTPLATZ

- Die Schulstraße ist die kurze Verbindungsachse zwischen der klassischen 1-A-Lage Königstraße und dem großzügigen Marktplatz mit dem Breuninger-Stammhaus
- Schulstraße: hohe Frequenz, bedingt auch durch die schmale Gasse, aufgrund der Baustruktur überwiegend kleinteilige Einzelhandelsflächen, hoher Anteil an Foodanbietern, echte „Fressmeile“
- Marktplatz: Verlängerung/Ergänzung sowohl der „Fressmeile Schulstraße“ als auch der Premium-/Niveauladen Stiftstraße und Kirchstraße ergänzt um das neueröffnete Dorotheenquartier
- Neue Mieter: Osiander Buchhandlung direkt auf der Ecke Marktplatz / Schulstraße
- Mietpreis: ca. 155,- EUR/m² (klein) insbesondere auf der Schulstraße, im Bereich Marktplatz wird diese Spitzenmiete bisher nicht erreicht

STIFTSTRASSE / KIRCHSTRASSE

- Bisher Stuttgarts komprimierte „kleine“ Luxusmeile, jetzt mit dem neuen Eckerle, der sein Stammhaus von der Ecke zur Königstraße (nunmehr Uniqlo) in die Stiftstraße verlagert hat
- Wandel im bisher internationalen, Premium- bis luxuriösen Anbietermix – nicht zuletzt aufgrund des neuen, im angrenzenden Bereich zwischen Rathaus und Schlossplatz angesiedelten DOQU von Breuninger, das die Premium-Lage sowohl puscht als auch deutlich erweitert
- Neue Mieter: Eckerle (Relocation) und Michael Kors sowie im DOQU: Louis Vuitton, Woolrich, Zadig & Voltaire, Ikks, American Vintage, aber auch Hugendubel, Hallhuber, Gant, Diesel und BoConcept, sowie ein Hit-Markt, ergänzt um trendige Gastronomie wie Oh Julia und Enso-Sushi
- Dazu kommen Stuttgarts erster Rolex-Store in den neuen Shops des Breuninger Stammhauses gegenüber des DOQU als auch die Sansibar in der Karlspassage
- Mietpreis: ca. 180,- EUR/m² (klein), ca. 110,- EUR/m² (mittel)



Das Dorotheen Quartier eröffnete am 30. Mai 2017; Neu, urban, clean und schick – das kommt an

Thomas Sabo zog es auf den Marktplatz

STUTTGART BAUT UND BAUT UND BAUT…

Seit Oktober 2016 ist Stuttgart um eine Bauhaus Filiale reicher

Stuttgart expandiert immer weiter! Wenn man eines nun wirklich nicht über Stuttgart behaupten kann, dann, dass es zu wenig Entwicklungen gibt. Die Hauptstadt Baden-Württembergs arbeitet durchgehend daran, ihre Innenstadt für alle Besucher und Touristen noch interessanter und attraktiver zu gestalten. Der Besucher hat die Option, trotz des vergleichsweise kleinen geografischen Raums zwischen mehreren abwechslungsreichen Einkaufsmöglichkeiten zu wählen. So hat man in der Innenstadt aktuell drei, bald vier verschiedene Einkaufsschwergewichte zur Auswahl. Den nördlichsten Punkt stellt das Milaneo dar. Über die Top-1A-Lage Königstraße – Verbindungsachse und zugleich Shopping-Destination – gelangt man zum im Süden gelegenen Shopping-Center Gerber. Im selben Häuserblock eröffnete Mitte Oktober 2016 zusätzlich eine Bauhaus-Filiale mit ca. 1.500 m² Verkaufsfläche. Das Herz Stuttgarts, die Königstraße, konnte seinen führenden Platz gegenüber diesen beiden neu geschaffenen Centern als Hauptanlaufpunkt sehr gut behaupten und erfreut sich weiterhin höchster Beliebtheit bei Shoppinginteressierten.

Allein durch diese beiden Shopping-Center beträgt der Verkaufsflächenzuwachs in der Stuttgarter City knapp 20 % – ein Plus, wie es ihn in keiner anderen deutschen Großstadt gibt. Damit nicht genug, entwickelte das in Stuttgart stammansässige Modehaus Breuninger seit 2014 das Dorotheen Quartier (DOQU) zwischen Marktplatz und Schlossplatz. Hier entstanden rund 11.000 m² Handelsfläche, ca. 28.000 m² Bürofläche und ca. 3.000 m² Wohnfläche.

Die Eröffnung dieses neuesten Projekts mit einem Volumen von mehr als 200 Mio. Euro fand im Mai 2017 statt. Es ist davon auszugehen, dass dieses neue Einkaufsquartier die gesamte Gegend rund um Markthalle und Karlsplatz deutlich verändern, aufwerten und sie zügig zu einer neuen 1A-Premiumlage entwickeln wird. Trotz des immens hohen Flächenzuwachses durch die genannten neuen Shopping-Destinationen lassen die Neuanmietungen in der Fußgängerzone nicht nach. Sie dauern mitunter jedoch etwas länger und haben auch der Spitzenmiete einen kleinen Dämpfer versetzt.

Calzedonia eröffnete auf der Königstraße

Der neue Reserved Store im ehemaligen Hugendubel-Haus auf der Königstraße kann sich sehen lassen

Auffällig viele Großflächen über 1.000 m² haben auf der Königstraße in den letzten beiden Jahren ihren Mieter gewechselt. So zog TK Maxx in die ehemalige C&A-Fläche, Reserved sicherte sich das vormals von Hugendubel genutzte Haus und Uniqlo eröffnete im Herbst 2016 im zuvor von Eckerle bewohnten dominanten Eckhaus.

Der internationale Filialist Primark hat sich sogar schon seinen zweiten (!) Store in der Stuttgarter City gesichert. Neben dm drogeriemarkt, Vodafone und einem weiteren, bis jetzt nicht bekannten Großflächenmieter wird sich Primark in der SIGNA Projektentwicklung des ehemals von Karstadt genutzten Hauses in der Königstraße 27 ansiedeln. Verkauft ist das Haus auch schon, und zwar an einen Fonds von Union-Investment. Dass kleinere Flächen auf der Königstraße ebenfalls von hohem Interesse sind, zeigen die Neuanmietungen der Filialisten

Rituals, Calzedonia, Vorwerk und Decathlon. Letzterer hat speziell für die Innenstädte ein kleinteiligeres System entwickelt und betreibt nun in der Königstraße 10 a auf etwa 50 m² einen der ersten beiden Decathlon Connect Stores in Deutschland. Die moderne und simple Idee des französischen Sportartikelhändlers: den Onlinehandel und „die grüne Wiese“ mit dem stationären City-Handel zu verbinden. Die Kunden haben die Möglichkeit, die über den Webshop gekauften Sportartikel versandkostenfrei in den Connect Store liefern zu lassen. Dort kann die Ware direkt bei der Abholung getestet, anprobiert und bei Nichtgefallen umgetauscht werden.

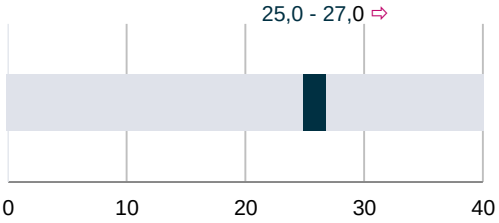
Im Herbst 2016 eröffnete Uniqlo hier auf der Königstraße seinen deutschlandweit ersten Store außerhalb von Berlin

Am Schloßplatz an der Königstraße präsentiert sich das Kunstmuseum eindrucksvoll in der Abendsonne – hier verweilt man gern!

INVESTMENT

Als Investmentstandort ist Stuttgart ebenfalls eine nach wie vor hochattraktive Stadt, sowohl für nationale und internationale institutionelle Investoren als auch für Family-Offices. Letztes Jahr wechselten neben der bereits genannten SIGNA Projektentwicklung mit dem Hauptmieter Primark einige weitere Häuser ihren Eigentümer.

KAUFPREISFAKTOR



Zu nennen sind hier z.B. der Verkauf der Königstraße 10 an die Aachener Grundvermögen. Ebenso der Verkauf des Europe Plaza von FAY Projects GmbH an Real I.S. sowie die Veräußerung des Kronprinzbaus an Hines Immobilien. Beide Transaktionen lagen jeweils im oberen zweistelligen Millionenbereich. Ein noch höheres Volumen – dem Vernehmen nach 120 – 130 Mio. EUR – hatte der Ankauf des Stadtteil-Centers SchwabenGalerie in Stuttgart Vaihingen. Swiss Life erwarb das Objekt vom DFH-Fonds.

Dass auch private Family-Offices großes Interesse an Baden-Württembergs Hauptstadt haben, zeigt der Verkauf des City Plaza von HIH an ein spanisches Family-Office. Diese beispielhaften Verkäufe unterstreichen, dass auch der Investmentmarkt in Stuttgart nicht stillsteht. Bietet sich für Anleger die Chance, eine Immobilie in der City Stuttgarts zu erwerben, so wird sie auch konsequent genutzt.

Der neue Rituals in bester Lage auf der Königstraße

Blick in die Königstraße / das nennen wir Frequenz!

COMFORT CITY-RANKING 2017

Unter Betrachtung folgender Parametern wird eine Bewertung der Stadt vorgenommen:

- **Demographie-/(Sozio-)Ökonomie-Ranking:** Parameter zu Bevölkerung/Entwicklung, BIP, Beschäftigung, Arbeitslosigkeit, Tourismus, Einzelhandelskaufkraft
- **Einzelhandels-Ranking:** Parameter zum Einzugsgebiet: Einwohnerzahl und Nachfragevolumen, Einzelhandelszentralität, Modezentralität, Innenstadtumsatz-verkaufsfläche, -flächenproduktivität
- **Standort- und Immobilien-Ranking:** Parameter zur Miete von klein-/mittelgroßen Flächen, Lagen-/Flächenstruktur der Innenstadt, Branchen-/Betreibermix der Innenstadt, Mietnachfrage, Nachfrageintensität

Im bundesweiten COMFORT-City Ranking 2017 mit der Auswertung von 35 einzelhandels- und innenstadtrelevanten Parametern erreicht Stuttgart nach wie vor eine absolute TOP-Position. Mit 87 von 100 maximal erreichbaren Scoring-Punkten rangiert es als echte TOP 7-Stadt sogar noch vor Köln (86), jedoch etwas hinter München (92), Berlin (90), Hamburg und Düsseldorf (jeweils 89) sowie Frankfurt (88). Während die Schwaben-Metropole bei der Betrachtung der drei Teil-Indizes auf den Feldern der Makro- und Einzelhandels-Daten voll überzeugt, fällt die Bewertung bei den standort- und immobilienbezogenen Parametern etwas verhaltener aus. Dies ist insbesondere im Kontext der etwas abgeschwächten Mietentwicklung zu sehen. Ein Beleg dafür, dass auch in Stuttgart die erhebliche Verkaufsflächenzunahme der jüngeren Vergangenheit und Gegenwart Zeit benötigt, um in den Markt zu wachsen bzw. marktgerecht ausgesteuert zu werden.

Und noch ein Neuzugang auf der Königstraße: Pylones

FAZIT UND PERSPEKTIVEN

Abschließend ist festzuhalten, dass die baden-württembergische Landeshauptstadt Stuttgart eine ausgesprochen breite Palette an Shoppingmöglichkeiten bietet und als echte TOP-Metropole auf geballtem Raum kaum Wünsche offenlässt. Sowohl bei nationalen als auch internationalen Filialisten steht Stuttgart hoch im Kurs und fast jeder, der sich eine Fläche in der City sichern kann, möchte sie auch langfristig behalten.

Im Sinne einer weiteren Attraktivitätssteigerung wird mit großem Interesse der weiteren Etablierung des Dorotheen Quartiers bzw. der Neueröffnung der Signa- bzw. Union Investment-Entwicklung am alten Karstadt-Standort in der Königstraße entgegengesehen. Bei letztgenannter wird es insbesondere auch spannend sein zu beobachten, inwieweit die dortige Primark-Eröffnung den bereits bestehenden Primark im Milaneo bzw. das Milaneo selber tangieren wird.

Aus Investmentsicht erfreut sich Stuttgart sowohl bei institutionellen als auch privaten Anlegern höchster Beliebtheit: Die Nachfrage nach einem passenden Verkaufsobjekt ist hoch und wird sich auch in den nächsten Jahren nicht abschwächen.

IHRE ANSPRECHPARTNER:

VERMIETUNG / INVESTMENT
MANFRED SCHALK

COMFORT München
Fon: +49 89 219988-10
Mobil: +49 175 7217706
E-Mail: schalk@comfort.de

INVESTMENT
THORSTEN SONDERMANN

COMFORT München
Fon: +49 89 219988-80
Mobil: +49 175 7217722
E-Mail: sondermann@comfort.de

RESEARCH & CONSULTING
OLAF PETERSEN

COMFORT Research & Consulting
Fon: +49 40 300858-22
Mobil: +49 175 7217720
E-Mail: petersen@comfort.de

Herausgeber:
COMFORT Holding GmbH
Kaistraße 8A
40221 Düsseldorf

Über die COMFORT-Gruppe
Die COMFORT-Gruppe ist seit ihrer Gründung im Jahr 1979 auf die Vermittlung von Waren- und Geschäftshäusern sowie Fachmärkten und Ladenlokalen spezialisiert. Als ausgewiesener Experte für Handelsimmobilien bietet COMFORT sein Know-how auch als Beratungsdienstleistung in Form von Expertisen, Second Opinion-Gutachten oder Due Diligence für Dritte an. Zum ergänzenden Angebot zählen Center-Consulting, Centermanagement und die gesonderte Einheit Luxury Retail. In Deutschland ist der Einzelhandelsspezialist zudem exklusiver Kooperationspartner von Cushman & Wakefield in der Vermietung von Ladenlokalen. Die COMFORT-Gruppe mit Hauptsitz in Düsseldorf unterhält Büros in Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Leipzig, München, Wien und Zürich. Weitere Meldungen, Marktberichte, Städtereports u.v.m. finden Sie unter www.comfort.de

Medienkontakt:
Daniela Reimertz, Unternehmenskommunikation
Kaistraße 8A, 40221 Düsseldorf / Fon: +49 211 9550-141 / E-Mail: reimertz@comfort.de

DEFINITIONEN

1A-Einzelhandelsmieten
Alle Mietpreisangaben verstehen sich unter folgenden Voraussetzungen: Neuabschlüsse von Mietverträgen in absoluten 1A-Geschäftslagen über fiktive, rein erdgeschossige Verkaufsflächen; idealtypische Ladeneinheit: ebenerdigen, stufenfreien Zugang, bauliche Ausstattung gehobener Art und Güte sowie einen möglichst rechtwinkligen Zuschnitt; Mindestschaufensterfront 6 m bei kleinen bzw. 10 m bei größeren Flächen; in Euro pro m² monatlich, zzgl. gesetzlicher USt. und Nebenkosten.

Kaufpreisfaktoren
Die in Bandbreite dargestellten Kaufpreisfaktoren dienen als allgemeine Orientierung für den aktuell erzielbaren Verkaufspreis für Geschäftshäuser (Mietertrag aus Retail > 60 %, aktuelle Miete etwa auf Marktniveau) mit einem gängigen Volumen in der 1A-Lage der jeweiligen Stadt. In technischer Hinsicht stellt der Kaufpreisfaktor den Multiplikator zur Ermittlung des Kaufpreises eines Geschäftshauses ohne Instandhaltungsstau dar, mit dem die jeweiligen Jahresnettomiete multipliziert wird.

Innenstadtanteile
Angaben in Prozent. Der Wert zeigt an, welchen Anteil die Innenstadt am Umsatz bzw. an der Verkaufsfläche des gesamten Stadtgebietes hat.

Einzelhandelskaufkraft, Einzelhandelszentralität
Die **Einzelhandelskaufkraft** gibt an, wie hoch das Kaufkraftpotenzial an einem Standort ist. Der Durchschnittswert liegt bundesweit normiert bei 100. Ein Wert über von 100 signalisiert demnach ein überdurchschnittliches Kaufkraftpotenzial des Standortes. Die **Einzelhandelszentralität** zeigt an, ob an einem Standort per Saldo die Zu- oder Abflüsse der Kaufkraft überwiegen.

Modezentralität
Analog zur branchenübergreifenden Zentralitätskennziffer (= Einzelhandelszentralität) beleuchtet die Modezentralität die Situation in einem maßgeblichen Teilsegment, nämlich der innenstädtischen Leitbranche Mode, die sich wiederum aus den beiden Sortimenten Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren zusammensetzt.

Einzugsgebiet
Kartographische Darstellung des Verflechtungsraums des innerstädtischen Einzelhandels, d.h. jenes Bereiches aus dem regelmäßige Einkaufsbeziehungen zu der jeweiligen City bestehen. In blau ist das jeweilige Stadtgebiet (Zone I) dargestellt, in dem roten Farbton das jeweilige Nah- bzw. Ferneinzugsgebiet (Zone II).