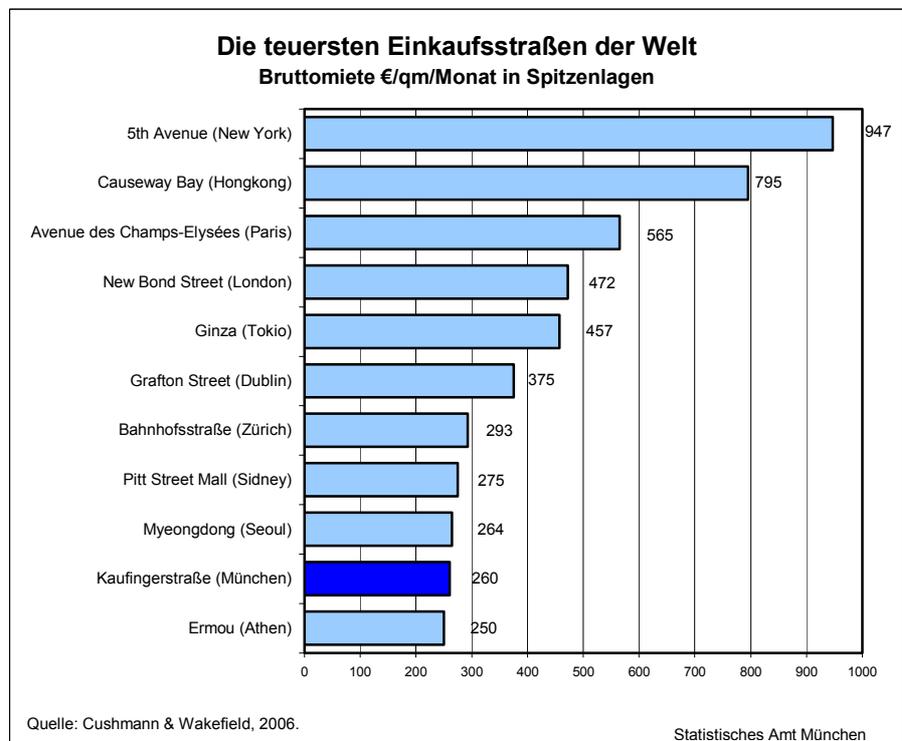


Autor: Florian Breu  
 Grafiken und Tabellen: Florian Breu, Daniela Behr

## Münchner City – TOP-Einzelhandelsstandort in Deutschland

München behauptet seine herausragende Stellung als Einzelhandelsstandort in Deutschland. Die Marktberichte der großen Immobilienberatungsgesellschaften weisen auch 2006 wieder Spitzenwerte für die Landeshauptstadt in punkto Kaufkraft und Umsatz aus. Im bundesweiten Vergleich ist München mit Spitzenmieten um 260 €/qm der mit Abstand teuerste Einzelhandelsstandort in Deutschland. Mit diesen Miethöhen erreicht München als einzige deutsche Stadt einen Platz unter den Top Zehn der teuersten Einkaufsstraßen der Welt <sup>1)</sup>.

Grafik 1



*München teuerster Einzelhandelsstandort in Deutschland*

Neben München erzielen in Deutschland nur Frankfurt, Stuttgart, Köln und Berlin Ladenmieten von 200 Euro und mehr. Münchens Hauptlaufzone zwischen Stachus und Marienplatz ist dabei seit Jahren auf Platz 1 der Einzelhandelshöchstmieten abonniert: Sowohl in der Kaufingerstraße wie in der Neuhauser Straße mussten 2006 für den 100qm-Standardshop in bester 1a- Lage 260 €/qm bezahlt werden. Die Münchner Maximilianstraße, laut der Zeitschrift Textilwirtschaft die Top-Straße unter deutschen Luxuslagen, folgt im innerdeutschen Mietranking an dritter Stelle (230 €/qm). Nach Frankfurts Zeil (220 €/qm) und Stuttgarts Königstraße (210 €/qm) ist Münchens Weinstraße immer noch so teuer wie die Top-Adresse von Berlin (jeweils 205 €/qm).

1) Cushman & Wakefield, Mainstreets Across The World, 2006.

Tabelle 1

**Höchstmieten für Einzelhandelsstandorte nach Lagen  
in deutschen Großstädten**

Rang	Stadt	Straße	Lage- qualität 1)	Nettomiete pro Monat in €/qm 2)		
				2004	2005	2006
1	München	Kaufingerstraße	K	240	250	260
2	München	Neuhauser Straße	K	240	240	260
3	München	Maximilianstraße	L	235	230	230
4	Frankfurt a. M.	Zeil	K	205	210	220
5	Stuttgart	Königstraße	K	-	200	210
6	Berlin	Tauentzienstraße	K	200	200	205
6	München	Weinstraße	K	235	225	205
8	Köln	Schildergasse	K	185	190	200
9	Köln	Hohe Straße	K	180	180	195
9	Frankfurt a. M.	Goethestraße	L	140	150	195
11	Hamburg	Spitalerstraße	K	185	185	190
12	Düsseldorf	Königsallee	L	175	180	185
12	Düsseldorf	Schadowstraße	K	180	180	185
12	Hamburg	Mönckebergstraße	K/N	175	180	185

Quelle: AtisReal, Retail Market Report, 2006.

1) K – Konsumlage; N – Hochwertige Niveaulage (Mix aus Konsum-/Luxuslage); L – Luxuslage.-

2) Idealtypischer 100qm-Standardshop in bestfrequentierter Lage

Wie das auf Handelsimmobilien spezialisierte Maklerhaus Kemper's für 160 deutsche Städte ermittelte<sup>2)</sup>, weisen die Mieten für Einzelhandelsflächen in 1a-Citylagen im bundesweiten Durchschnitt 2006 erstmals seit 2001 keinen Rückgang mehr auf. Für die TOP-Standorte in Deutschland, die sich immer schon als konjunkturresistenter erwiesen, sind 2006 gegenüber dem Vorjahr moderate Mietzuwächse zu verzeichnen.

Die dominierende Stellung Münchens als wichtigster Einzelhandelsstandort in Deutschland leitet sich nicht zuletzt aus den im bundesweiten Vergleich günstigen wirtschaftlichen Eckdaten ab. So liegt die Kaufkraft der Münchner Konsumenten um 34,5% über dem deutschen Durchschnitt und damit deutlich über dem Wert aller anderen deutschen Großstädte. Düsseldorf, an zweiter Stelle liegend, weist bereits einen Abstand von 12,1%-Punkten auf. Es ist aber nicht die Konsumfähigkeit der Münchner Bevölkerung allein. Auch das Umland der Kernstadt verfügt über ein hohes Kaufkraftpotenzial. Neben dem Landkreis Starnberg, welcher die mit Abstand größte Kaufkraft unter allen Stadt- und Landkreisen Deutschlands aufweist<sup>3)</sup>, befinden sich mit München (Rang 4), Ebersberg (Rang 6) sowie Fürstenfeldbruck (Rang 7) weitere Regionslandkreise unter den TOP-Zehn der kaufkräftigsten deutschen Stadt- und Landkreise.

Neben dem Nachfragepotenzial ist der Umsatz des lokalen Einzelhandels pro Kopf der ansässigen Bevölkerung innerhalb eines Jahres ein Indiz für die Bedeutung einer Stadt als Einzelhandelsstandort. Auch hier nimmt München eine Spitzenstellung unter den deutschen Großstädten ein. Im Jahr 2006 lag der Einzelhandelsumsatz je Einwohner in der Landeshauptstadt um 55,3% über dem bundesdeutschen Durchschnitt und damit deutlich über den Werten von Hamburg (+ 25,6%) und Berlin (+ 2,2%). Lediglich Düsseldorf bewegt sich auf dem Niveau von München (+ 51,7%).

*Höchste Kaufkraft- und Umsatzkennziffern für München und Düsseldorf*

2) Kemper's City News, 2/2006.-

3) GfK-Studie zur Kaufkraft in den Stadt- und Landkreisen Deutschlands, 2006.

Tabelle 2

### Marktkennziffern der wichtigsten Einzelhandelsstandorte in Deutschland

Stadt	Bevölkerung am 01.01.2006	Kaufkraft- kennziffer 2006 je Einwohner (BRD = 100)	Umsatz- kennziffer 2006 je Einwohner (BRD = 100)	Wichtigste Einkaufs- straßen	Höchstmiete 2006 (nettokalt) in €/qm/ Monat)
München	1 259 677	134,5	155,3	Kaufingerstr., Neuhauser Str., Maximilian-, Wein-, Theatiner-, Residenzstraße, Sendlinger Str., Tal	260
Hamburg	1 744 769	107,7	125,6	Spitaler Str., Mönckebergstr., Neuer Wall, Gerhofstr., Poststr., Große Bleichen, Jungfernstieg, Bergstr.	190
Berlin	3 395 189	94,0	102,2	Tauentzienstr., Kurfürstendamm, Friedrichstr., Alexanderplatz, Hackescher Markt	205
Köln	983 347	111,7	139,1	Schildergasse, Neumarkt, Ehrenstr., Mittelstr., Breite Str.	200
Frankfurt	651 899	111,3	124,7	Zeil, Goethestr., Fressgass, Große Bockenheimer Str./Kalbächer Gasse, Biebergasse, Steinweg, Schillerstr.	220
Düsseldorf	574 514	122,4	151,7	Schadowstr., Königsallee, Flinger Str., Mittelstr.	185
Stuttgart	592 569	115,1	140,5	Königstr.	210

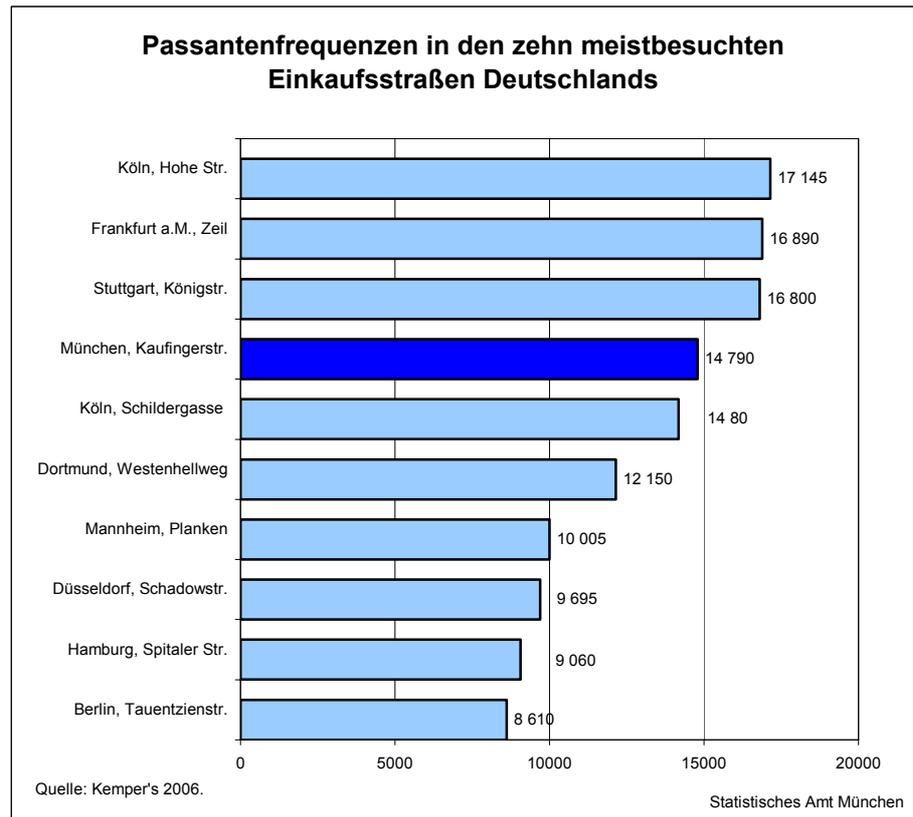
Quelle: AtisReal, Retail Market Report, 2006.

#### Meistbesuchte Einkaufsmeile Deutschlands liegt in Köln

Die Passantenfrequenz ist ein wichtiger Indikator für die Standortqualität und in der Folge auch für die Umsatzerwartungen des Einzelhandels. Nach einer Erhebung der Passantenströme an den frequenzstärksten Punkten der 155 wichtigsten deutschen Einkaufsstraßen und Fußgängerzonen<sup>4)</sup> ist die Kölner Hohe Straße mit 17 145 Passanten pro Stunde die meistbesuchte Einkaufsmeile Deutschlands. Die Frankfurter Zeil, auf Platz zwei, lockt in Spitzenzeiten bis zu 16 890 Passanten an. Nach Stuttgarts Königstraße (16 800) folgt die Münchner Kaufingerstraße mit 14 790 Personen pro Stunde an vierter Stelle im Ranking der frequentiertesten Einkaufsstraßen Deutschlands. Bei den Luxusmeilen ist die Düsseldorfer Königsallee mit 4 185 Passanten pro Stunde die meistbesuchte Lage ihrer Art. Mit deutlichem Abstand folgen die Münchner Maximilianstraße mit 1 875 Passanten pro Stunde sowie der Hamburger Neue Wall, der mit 1 200 Passanten pro Stunde frequentiert wird.

4) Die Erhebung erfolgte bundesweit zeitgleich am Samstag, den 13. Mai 2006, in der Zeit von 12:00 H bis 13.00 H. Kemper's Presseinformation vom 24.07.2006.

Grafik 2



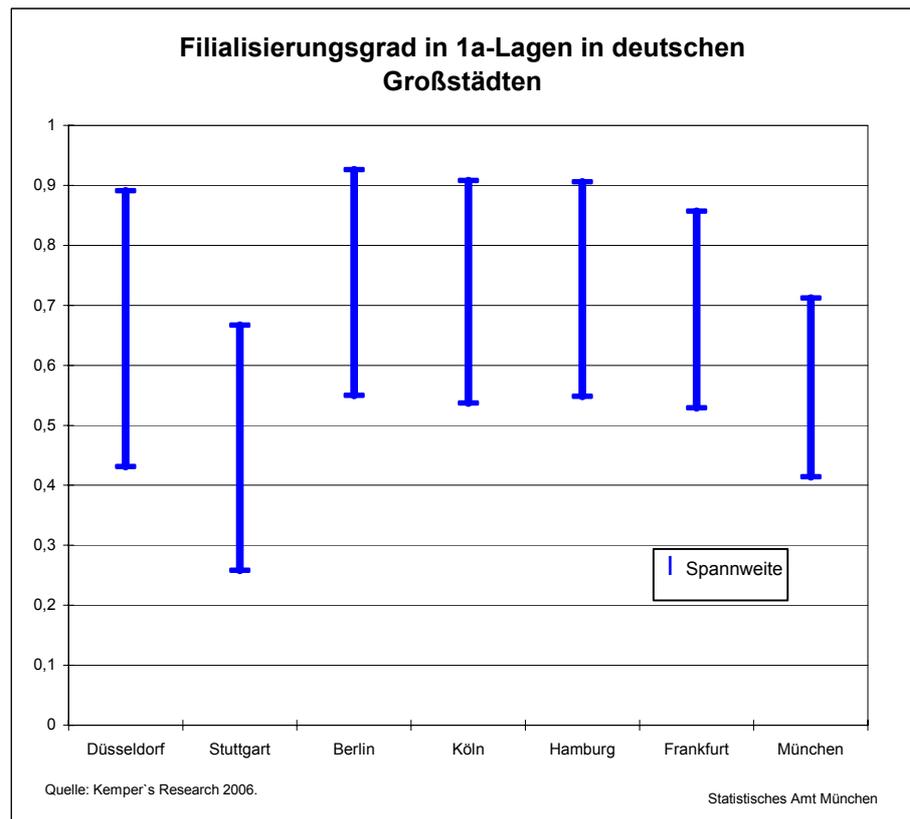
*Stetige Zunahme von Filialunternehmen in den Innenstädten*

Die Marktberichte der großen Immobilienunternehmen bestätigen unisono einen schon länger anhaltenden Trend. Der Anteil der Filialunternehmen am gesamten Mieterbesatz in 1a-Lagen steigt unaufhaltsam und erreicht in manchen TOP-Lagen die 90%-Marke. Dabei gilt: Je größer die Stadt und je höher die Mieten, desto mehr bestimmen Filialisten das Straßenbild<sup>5)</sup>. Großen Anteil daran hat der Textileinzelhandel, die Hauptmietergruppe für 1a-Lagen. Zusätzlich drängen hier internationale Labels mit eigenen Vertriebswegen und sog. Flagship-Stores in die Spitzenlagen der Großstädte. Die Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten dürfte den Filialisierungsprozess noch weiter verstärken.

Die Einkaufsstraßen mit dem höchsten Filialisierungsgrad<sup>6)</sup> weisen dabei in allen Vergleichsstädten auch die örtlichen Spitzenmieten für Ladenlokale<sup>7)</sup> auf. So wurde laut Kemper's<sup>8)</sup> in Berlins Tauentzienstraße mit 92,6% der höchste Filialisierungsgrad unter den untersuchten Großstädten gemessen, gefolgt von der Schildergasse in Köln (90,8%), der Düsseldorfer Schadowstraße (89,1%) sowie der Frankfurter Zeil (85,7%). Münchens Kaufingerstraße liegt mit einer Quote von 71,2% erst an vorletzter Stelle dieses Rankings. Die Gefahr der Monotonie und Austauschbarkeit von Einkaufsstraßen ist bei Fortgang dieses Veränderungsprozesses, zumindest für Teile der Innenstädte, nicht von der Hand zu weisen. Inhabergeführte Fachgeschäfte haben nach Meinung von Branchenkennern angesichts dieser Entwicklung kaum Chancen, sich in 1a-Toplagen auf Dauer behaupten zu können. Umgekehrt gilt auch der gegenläufige Zusammenhang, wonach 1a-Lagen mit geringerem Mietniveau auch einen niedrigeren Filialisierungsgrad aufweisen. In diesen Lagen, oft mit einem guten Branchen-Mix versorgt, findet sich dann noch häufig eine kleinteiligere Dienstleistungs- und Einzelhandelsstruktur.

5) Ergebnis einer Untersuchung des Immobilienunternehmens Brockhoff & Partner, das 528 Einkaufsmeilen in 308 deutschen Städten untersucht hat.  
 6) Die Ermittlung des Filialisierungsgrades beruht auf der Zählung der ortsansässigen Einzelhandelsbetriebe der dargestellten 1a-Lagen und gibt den prozentualen Anteil der Filialunternehmen an den insgesamt ansässigen Einzelhandelsbetrieben wieder.  
 7) Vgl. dazu Tabelle 1 dieses Beitrages.- 8) Kemper's Research, Snapshot Einzelhandel, 2006.

Grafik 3



*Unterschiedliche Filialisierungsgrade in 1a-Lagen*

Die Darstellung in Grafik 3 gibt die Differenz zwischen höchstem und niedrigstem Filialisierungsgrad (Spannweite) in den 1a-Lagen der Großstädte an. Eine hohe Spannweite deutet auf ein starkes Gefälle zwischen den Einkaufsstraßen im Schatten der Toplagen und den Haupteinkaufsmeilen hin. Düsseldorf weist hier mit 46%-Punkten die höchste und München mit 29,8%-Punkten die niedrigste Spannweite auf. Allen Großstädten gemeinsam sind Bemühungen, durch Neubauprojekte, architektonische und städtebauliche Umgestaltungen sowie infrastrukturelle Maßnahmen, die Innenstädte als Einkaufs- und Erlebniswelt attraktiver zu gestalten. Ziel ist es dabei auch, die Passantenströme zu entflechten und die Nebenlagen aufzuwerten.

Die Münchner City als TOP-Einzelhandelsstandort in Deutschland ist auch für die Zukunft gut aufgestellt. Die Innenstadt, die sich durch einen günstigen Branchen-Mix, vielfältige Konsumlagen, ein bedeutendes kulturelles Umfeld, sowie eine lebendige Gastronomieszene auszeichnet, hat durch Neu-/Umbauprojekte wie die Fünf Höfe, den Schäfflerblock, die Maximilianhöfe, den Alten Hof oder die Schrammehalle weiter an Attraktivität gewonnen. Mit dem geplanten Angerhof, neben dem jüngst eröffneten jüdischen Zentrum und der Überplanung des Areals des Süd-deutschen Verlages entstehen in den nächsten Jahren neue städtebauliche Kristallisationspunkte im Umfeld der Haupteinkaufsachsen, die weitere Entwicklungspotenziale für die Innenstadt schaffen werden.