

# Presseinformation

## COMFORT-Städtereport München 2018

### München ist Spitzenreiter im Einzelhandel – Die Innenstadt zeigt eine Top-Performance mit einem Mix aus lokalen Traditionshäusern und internationalen Top-Marken

- **Aktuelle Marktanalyse untersucht 1A-Shopping-Lagen**
- **München wieder auf Platz 1 im COMFORT City Ranking**
- **Mix aus Platzhirschen und internationalen Unternehmen überzeugt Kunden**
- **Investmentmarkt bleibt umkämpft**

München ist beliebt wie nie. Die bayerische Landeshauptstadt spielt nicht nur beim Fußball in der obersten Liga, sondern auch in puncto Lebensqualität ist München top-of-the-league. Dazu tragen nicht nur die zahlreichen Freizeitangebote oder das hohe Maß an öffentlicher Sicherheit bei. Die Metropolregion München ist mit sieben Unternehmenszentralen von DAX-Konzernen einer der stärksten Wirtschaftsräume in ganz Europa. Diese positiven Rahmenbedingungen begünstigen einen hervorragenden stationären Einzelhandel. Auch der Tourismus aus aller Welt mit kaufkräftigen Reisenden trägt dazu bei.

Insbesondere auch im Vergleich der europäischen Shopping-Metropolen nimmt München einen absoluten Spitzenplatz ein. Die Einzelhandelsgeschäfte und der Handelsimmobilienmarkt in der Innenstadt zeigen eine TOP-Performance. Die Stadt belegt im COMFORT City Ranking den Spitzenplatz und erhält 93 von 100 möglichen Punkten. Das COMFORT City Ranking ist ein fundiertes Benchmarking basierend auf insgesamt 35 jährlich von der COMFORT neu aufbereiteten bzw. zusammengestellten sozio-demographischen, ökonomischen sowie Einzelhandels- und immobilienbezogenen Parametern.

## COMFORT CITY RANKING 2018

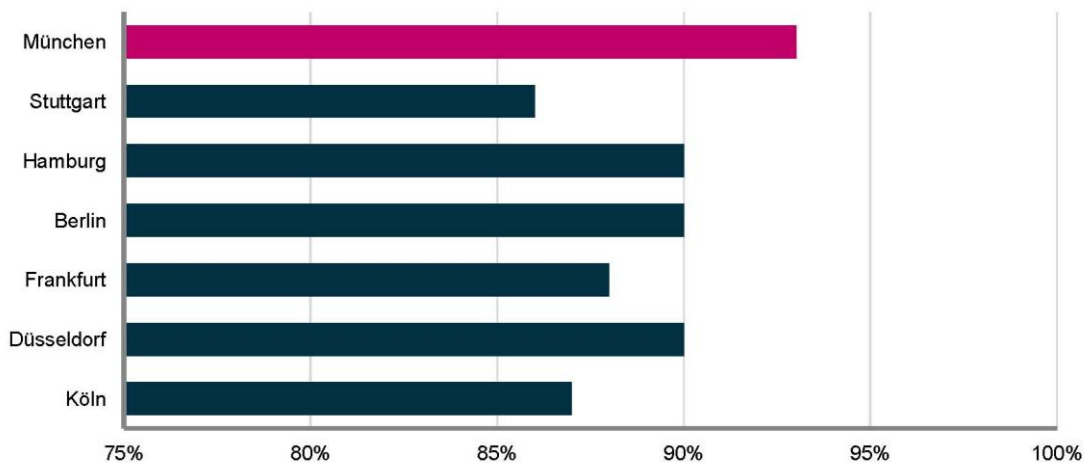
„IMMER WIEDER MÜNCHEN“



## Starke und attraktive Innenstadt mit einem riesigen Einzugsgebiet

Der Fokus beim stationären Einzelhandel liegt in München klar auf der Innenstadt. Mit einer Verkaufsfläche von mittlerweile knapp 500.000 m<sup>2</sup> und einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von 6.600 €/m<sup>2</sup> ist sie die größte und leistungsstärkste Einzelhandelsdestination bundesweit. Die Münchner City erzielt einen Jahresumsatz von ca. 3,3 Mrd. € und liegt mit einem Anteil von 30 % am Gesamtumsatz wie auch einem Verkaufsflächenanteil von 27 % deutlich vor den anderen deutschen Millionenstädten. Die hohen Umsatzzahlen verdankt die Stadt zum einen dem ausgeprägten Tourismus, zum anderen dem wirtschaftlich starken Umland, auf das die Landeshauptstadt eine maßgebliche und nachhaltige Anziehung ausübt.

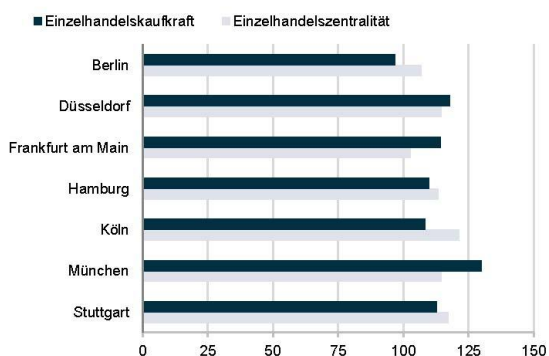
### SCORING IM METROPOLENVERGLEICH



Quelle: COMFORT Research & Consulting

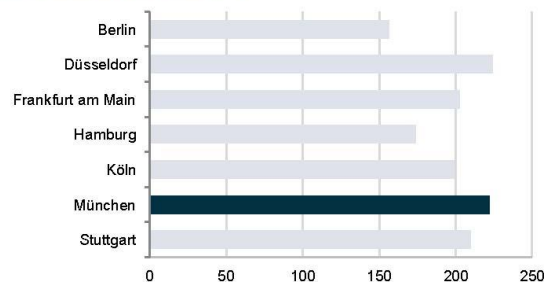
Außerhalb der Stadt im Einzugsgebiet leben 1,7 Millionen Einwohner, die für sich betrachtet in puncto Kaufkraft deutlich über dem bundesdeutschen Mittel liegen (GfK-Kaufkraftindex = 118,2). Die 1,45 Millionen Münchner selbst toppen dies noch und kommen auf einen Wert von 129,8. Diese Faktoren schlagen sich in der Einzelhandelszentralität nieder mit einem Wert von 114,4 laut GfK. Besonders stark ist München beim Innenstadt-Kernsortiment Mode, wo die Stadt zusammen mit der Modemetropole Düsseldorf die Spitze markiert. *„Hier zeigen ganz klar die langjährige gezielte Stadtplanung und das Zentrenkonzept mit der klaren Priorisierung der Innenstadt ihre Wirkung. München ist vor allem für internationale Brands ein Place to be“*, erläutert COMFORT Geschäftsführer Manfred Schalk.

### EINZELHANDELSKAUFKRAFT UND -ZENTRALITÄT



Quelle: GfK GeoMarketing GmbH

### MODEZENTRALITÄT



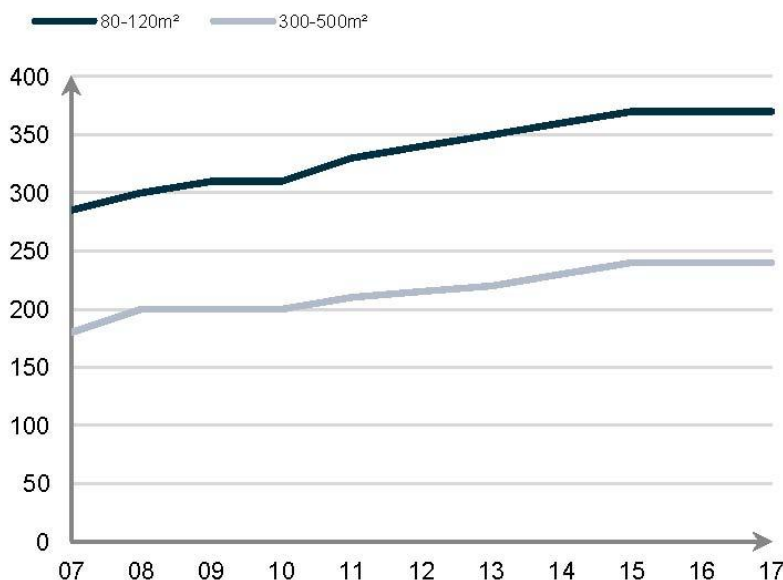
Quelle: COMFORT – Research & Consulting

## Kompakte Innenstadt mit bayerisch-internationalem Mix

Trotz der Dominanz internationaler Modeketten können sich auch in den klassischen 1-A-Lagen Münchner Traditionshäuser bzw. Platzhirsche wie zum Beispiel Hirmer, Dallmayr, Ludwig Beck; Koenig oder auch Lodenfrey neben weiteren lokalen Konzepten sehr gut behaupten. Damit erhält sich die Münchner Innenstadt ihr besonderes Flair, obwohl auch neue, internationale Labels wie TOPSHOP / TOPMAN, SEPHORA, Disney, Intimissimi / Calzedonia die Einzelhandelslandschaft zusätzlich bereichern. Aber auch „klassische deutsche“ Unternehmen finden weiter ihren Platz, wie beispielsweise Hugoboss, die Deutsche Telekom oder – ganz neu – der Mega Store des Hamburger Schuhanbieters Görtz. Die Mietpreise auf der Kaufinger- und Neuhauser Straße sowie am Marienplatz bleiben auf einem konstant hohen Niveau mit einem Wert von ca. 370 €/m<sup>2</sup> für kleine und ca. 240 €/m<sup>2</sup> für mittlere Flächen. Etwas günstiger mit ca. 280 € sind kleine Flächen auf der Theatiner-, Wein-, Rosen- sowie Maffeistraße zu haben. Auch hier finden sich neben Filialisten traditionell namhafte lokale Einzelhändler wie zum Beispiel Kaut-Bullinger oder Sport Schuster. Im neu errichteten Eckhaus auf der Weinstraße 6 konnte Arket, die neueste Marke der H&M Familie, seinen Store eröffnen. Coccinelle und Hugo Boss hat es in die Fünf Höfe gezogen. Nicht zu vergessen gerade in der Fußballstadt München ist die geplante neue Erlebniswelt des FC Bayern. Diese wird sich zukünftig inklusive eigener Gastronomie mitten auf der Weinstraße ansiedeln und dadurch viele Kunden mobilisieren. Die reinen Luxus-Brands orientieren sich hingegen weiterhin eindeutig in Richtung Maximilian- sowie Perusastraße. *„Insbesondere nach diesen beiden Lagen haben wir in den letzten Jahren wieder eine deutlich anziehende Nachfrage aus dem internationalen Luxussegment feststellen können. Luxus läuft, gerade auch hier in München!“* Marken aus den niedrigeren Preissegmenten siedeln sich erst gar nicht in diesen Lagen an. So wird zum Beispiel Dior ab Sommer 2018 Nachfolger von Jil Sander werden.

## 1A-EINZELHANDELSMIETEN

von 2007- 2017 in EUR / m<sup>2</sup>



Quelle: COMFORT Research & Consulting

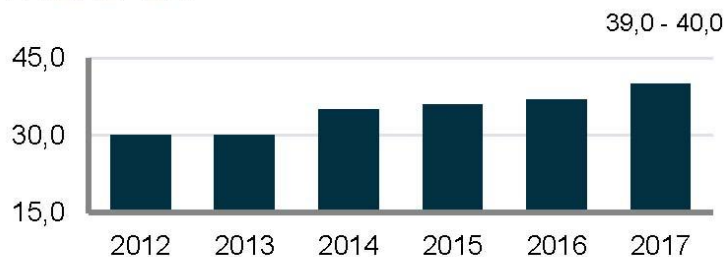
München gelingt es, durch seinen bayerisch-internationalen Mix eine sehr hohe Kundenattraktivität zu erreichen. Die Vielfalt der Geschäfte, gepaart mit der guten Fußläufigkeit und den international beliebten bayerischen Traditionsgaststätten sowie den lokalen Platzhirschen, sorgen für ein besonders herausragendes, einzigartiges Leistungsmerkmal, welches anderen Städten in dieser Ausprägung fehlt.

## München – die deutsche Schweiz

Der Einzelhandelsstandort München steht für den begehrtesten und stabilsten Investitionsstandort in Deutschland. Begehrtest sind insbesondere die 1A-Lagen der Innenstadt, und das, obwohl diese inzwischen zu den teuersten in ganz Deutschland zählen. Die Konsequenz ist ein stabiles bis ansteigendes Mietpreisniveau, mit möglichen Preissteigerungen bei den kleineren und mittleren Flächen. Die niedrigen Zinsen in Kombination mit diesen außerordentlichen Retailkennziffern beeinflussen den Investmentmarkt spürbar. Thorsten Sondermann, als Geschäftsführer der COMFORT für das Münchner Investmentgeschäft verantwortlich, berichtet: *„Die entsprechenden Faktoren und Renditen bei den Top-Objekten haben sich mittlerweile fast völlig vom normalen Marktgeschehen abgekoppelt. Für institutionelle Investoren ist die Luft im Bezug auf Geschäftshäuser sehr dünn geworden.“* Family Offices bräuchten sich bei den seltenen Investmentchancen somit entsprechend häufiger in Stellung. *„Die Family Offices wollen ihr Geld sicher parken und legen es dazu gerne in Sachwerten an.“* Inzwischen wurden hier sogar Kaufpreise erzielt, die deutlich über dem 50-fachen der Jahresnettomiete liegen.

### KAUFPREISFAKTOR

von 2012 - 2017



Quelle: COMFORT Research & Consulting

## Der dynamische Markt puscht weitere Developments

Insgesamt präsentiert sich der Markt als sehr umkämpft und dynamisch. Auch nach erfolgreicher Fertigstellung diverser Großprojekte stehen die Entwickler und Investoren weiter unter Volldampf. Zu nennen sind hier insbesondere die folgenden Highlights: Die anstehende Projektentwicklung der Alten Akademie / des alten Hettlage auf der Neuhauser Straße durch SIGNA. Die Neuplanung am Sattlerplatz – hier wird das gesamte Areal zwischen Kaufinger Tor und Hofstatt bzw. dem Noch-Postgebäude und dem Parkhaus am Färbergraben (letzteres wird abgerissen) neu entwickelt mit dem Ziel, ein neues und hoch attraktives Quartier mit einer Mischung aus Handel und Dienstleistung zu schaffen, das eine hohe Aufenthaltsqualität bieten wird. Die geplante Neu-Strukturierung des traditionsreichen Karstadt-Standortes am Bahnhof in Verbindung mit dem noch in weiter Zukunft liegenden Großprojekt „Neuer Hauptbahnhof“ – hier besteht eine sehr gute Chance, die Münchner Toplage zukünftig über den Stachus hinaus bis hin zum Hauptbahnhof zu integrieren und erweitern. Neben den Innenstadtlagen ist insbesondere die Entwicklung des Stadtteilzentrums Forum Schwanthalerhöhe hoch interessant. Hier revitalisiert HBB im ehemaligen XXXLutz-Gebäude ein modernes Einkaufsquartier mit klassischem Handel, Gastronomie sowie öffentlichen Nutzungen. Ergänzt wird diese Entwicklung durch das angrenzende, neue Nahversorgungszentrum der Bayerischen Hausbau.

### **Über die COMFORT-Gruppe**

Die COMFORT-Gruppe ist seit ihrer Gründung im Jahr 1979 auf die Vermietung und den Verkauf von Waren- und Geschäftshäusern sowie Fachmärkten und Ladenlokalen spezialisiert. Als ausgewiesener Experte für Handelsimmobilien bietet COMFORT ihr Know-how auch als Beratungsdienstleistung in Form von Expertisen, Second-Opinion-Gutachten oder Due Diligence für Dritte an. COMFORT analysiert fortlaufend die aktuellen Miet- und Kaufpreisfaktoren für den gesamten DACH Raum. Zum ergänzenden Angebot zählen Center-Consulting sowie der Bereich 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. [www.comfort.de](http://www.comfort.de)

### **Medienkontakt COMFORT-Gruppe**

Karolina Müller

Unternehmenskommunikation | Kaistraße 8A, 40221 Düsseldorf | Fon +49 211 9550-144 | [mueller@comfort.de](mailto:mueller@comfort.de)