



CITY NAVIGATOR HEIDELBERG



HIGHLIGHTS

- International bekanntes, mittelgroßes Oberzentrum und fünftgrößte Stadt Baden-Württembergs
- Maßgeblicher Bestandteil der prosperierenden Rhein-Neckar-Region mit positiver Bevölkerungsentwicklung
- Sowohl die Universität – eine der deutschen Exzellenz-Universitäten – als auch die leistungsstarke Wirtschaft und Forschung bewirken eine Top-Arbeitsmarkt-Performance.
- Mittelpunkt für den Einzelhandel ist die Innenstadt rund um die Hauptstraße: In dieser auch städtebaulich aufgewerteten Fußgängerzone laden namhafte Filialisten, inhabergeführte Boutiquen und Fachgeschäfte sowie Cafés und szenige Gastronomiebetriebe zum Shoppen, Stöbern und Verweilen ein.
- Auf der Hauptstraße herrscht eine gesunde und nachhaltige Nachfrage nach Mietflächen, gerade auch im Bereich zwischen 100 - 200 m² – Mieterwechsel in diesem Mietflächensegment sind dementsprechend normal.
- Die Nachfrage, insbesondere von regionalen Investoren und Family Offices, ist am Heidelberger Investmentmarkt zwar ungebrochen, das ausgesprochen knappe Angebot führt jedoch zu einem hohen Preisniveau.

COMFORT CITY RANKING



Im bundesweiten COMFORT City Ranking 2019 erreicht Heidelberg sehr gute 64 von maximal 100 erzielbaren Scoring-Punkten. Bei den Städten mit 100.000 - 200.000 Einwohnern teilt sie sich mit Oldenburg die drittbeste Bewertung (hinter Würzburg und Ulm). Dies belegt eindrücklich die bemerkenswerte Positionierung der Heidelberger Innenstadt als attraktive Einkaufsstätte.

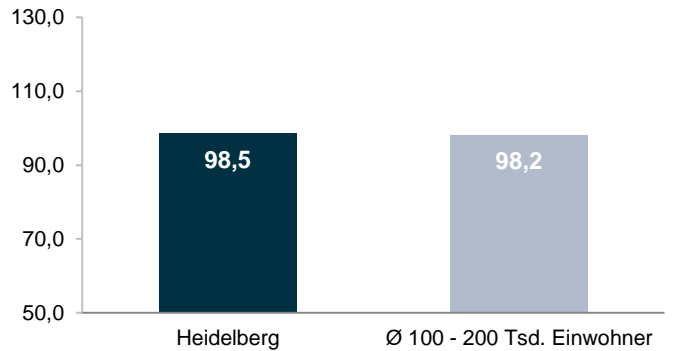
Das COMFORT City Ranking stellt ein fundiertes Benchmarking basierend auf insgesamt 35 jährlich von der COMFORT neu aufbereiteten bzw. zusammengestellten sozio-demographischen, ökonomischen sowie einzelhandels- und immobilienbezogenen Parametern dar.

MAKRODATEN

IN ZAHLEN

Bundesland:	Baden-Württemberg
Einwohnerzahl:	160.601
Bevölkerungsentwicklung (ggü. 2013):	+ 6,8 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte:	93.301
Arbeitslosenquote:	3,9 %

EINZELHANDELSKAUFKRAFT 2018



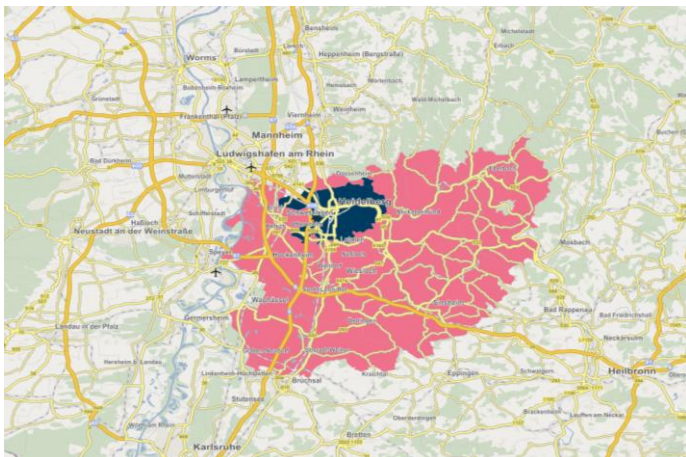
Das „neue“ Modehaus Henschel in der Hauptstraße 39-43 in Heidelberg

MAKROSTANDORT

- Internationale Touristen-Destination mit rd. 1,6 Mio. Übernachtungen in 2018 und alljährlich über 10 Mio. Tages-Touristen, nicht zuletzt wegen der malerischen Altstadt und dem Heidelberger Schloss
- Stadt mit positiver Bevölkerungsentwicklung: nahezu 10.000 Einwohner plus in den letzten 5 Jahren
- Starker Universitäts- und Forschungsstandort gepaart mit leistungsstarker Wirtschaft bewirkt niedrige Arbeitslosigkeit und beträchtlichen Einpendlerüberschuss von arbeitstäglich + 40.000 Personen
- Einzelhandelskaufkraft allerdings nur in etwa durchschnittlich

EINZELHANDELSSTANDORT

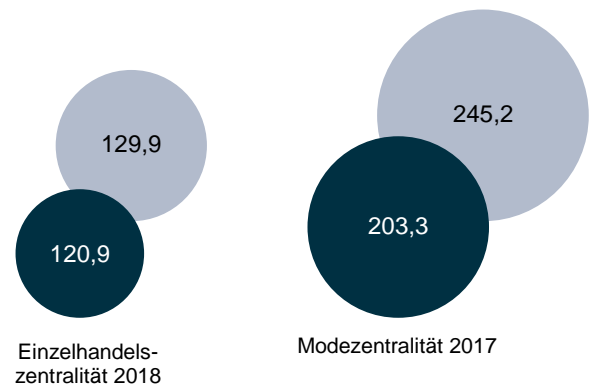
EINZUGSGEBIET



Quelle: GfK GeoMarketing GmbH, Kartengrundlage RegioGraph

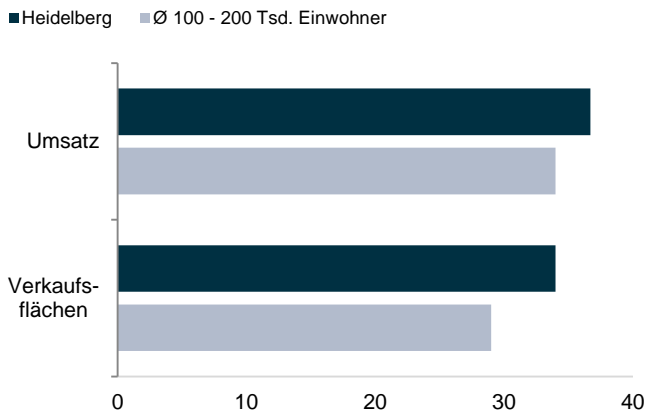
EINZELHANDELSZENTRALITÄT

Heidelberg, Ø 100 - 200 Tsd. Einwohner



EINZELHANDELSSTANDORT

INNENSTADTANTEILE 2017



- Auf einer Einzelhandelsverkaufsfläche von knapp 100.000 m² wird ein großes Einzugsgebiet mit rd. 690.000 Einwohnern erreicht.
- Nichtsdestotrotz sehr ausgeprägter regionaler Wettbewerb, vor allem mit Mannheim und dem Rhein-Neckar-Zentrum Viernheim
- Dies drückt sich in den etwas unterdurchschnittlichen Zentralitäten aus.
- Sehr hohe Innenstadt-Bedeutung (rd. 350 Mio. EUR City-Einzelhandelsumsatz p. a.)

1A-LAGE

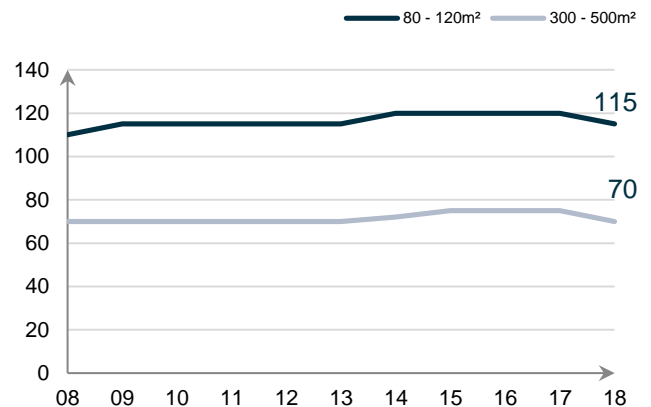
Hauptstraße

- Hohe Passantenfrequenz, insbesondere sehr hohes Touristen- und externes Besucheraufkommen
- Zwischen Bismarckplatz und C&A stärkster und von Filialisten begehrtester Bereich
- Überwiegend sehr kleinteilige Flurstücke; somit fehlen insbesondere größere Einzelhandelsflächen für die Konzepte mit höherem Flächenbedarf
- Auch nach der Fusion mit KARSTADT ist der Umgang mit der Heidelberger Doppelbelegung durch GALERIA KAUFHOF noch offen
- Diverse Cafés, Bistros und Szenegastronomie in der Fußgängerzone
- **Neue Mieter:** Modehaus Henschel (Erweiterung / Modernisierung), Adenauer & Co., BOGGI MILANO, RITUALS, Christopher Stein Lederwaren, Salamander by Hollenbach, HEMA, ace & tate, Blume 2000 (Erweiterung), American Vintage, CANVERO accessoires, eiei 4 (Relocation), Frenks To Go, asia long, Sesame, Go Asia (im UG GALERIA KAUFHOF)
Zukünftig: KARSTADT SPORTS, FIVE GUYS, te gut... und L'Osteria
- **Höchstmiete:** ca. 115 EUR/m² (klein)

HÖCHSTMIETEN UND KAUFPREISFAKTOREN

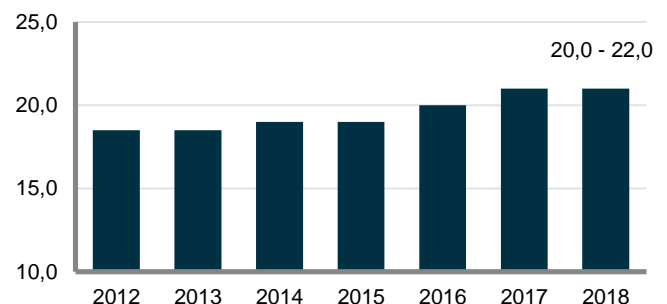
1A-Einzelhandelsmieten

von 2008 - 2018 in EUR / m²



Kaufpreisfaktor

von 2012 - 2018



IHRE ANSPRECHPARTNER

Für Fragen und / oder detailliertere Informationen /
Materialien rund um den Einzelhandelsstandort stehen
wir Ihnen sehr gerne zur Verfügung:



VERMIETUNG / INVESTMENT
MANFRED SCHALK
COMFORT München
Fon: +49 89 219988-10



INVESTMENT
THORSTEN SONDERMANN
COMFORT München
Fon: +49 89 219988-80



RESEARCH & CONSULTING
OLAF PETERSEN
COMFORT Research & Consulting
Fon: +49 40 300858-22

Herausgeber:

COMFORT Holding GmbH
Schadowplatz 12
40212 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 Handelssimmobilien bietet COMFORT ihr Know-how auch als Beratungsdienstleistung in Form von Expertisen, Second-Opinion-Gutachten oder Due Diligence für Dritte an. Zum ergänzenden Angebot zählt Center-Consulting. In Deutschland ist der Einzelhandelspezialist 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 und Wien. www.comfort.de

Unternehmenskommunikation:

PD PLUS Agentur für Kommunikation
Fon: +49 211 9550-144
E-Mail: ukom@comfort.de
Im Auftrag der COMFORT-Gruppe

ERLÄUTERUNGEN ZUM COMFORT CITY RANKING

Unter Betrachtung folgender Parameter 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, Innenstadturnsatz, -verkaufsfläche, -flächenproduktivität
- **Standort- und Immobilien-Ranking:** Parameter zur Miete von Klein-/mittelgroßen Flächen, Lagen-/Flächenstruktur der Innenstadt, Branchen-/Betreibermix der Innenstadt, Mietnachfrage, Nachfrageintensität

DEFINITIONEN

1A-Einzelhandelsmieten

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

Kaufpreiskriterien

Die in Bandbreiten dargestellten Kaufpreiskriterien 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 Kaufpreiskriterien den Multiplikator zur Ermittlung des Kaufpreises eines Geschäftshauses ohne Instandhaltungsgeld dar, mit dem die jeweilige 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 von über 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. Quelle: GfK GeoMarketing GmbH

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. Feineinzugsgebiet (Zone II).