

KIEL

STÄDTEBAULICHE ENTWICKLUNGEN
ALS MOTOREN FÜR MEHR CITY-QUALITÄT

NOVEMBER 2016



COMFORT

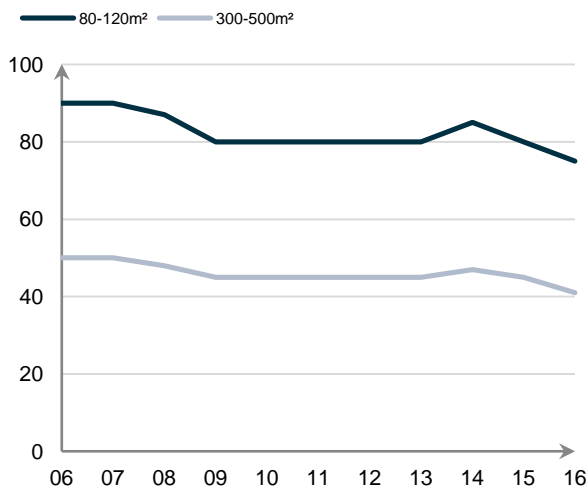
IN ZAHLEN

Bundesland:	Schleswig-Holstein
Einwohnerzahl:	246.306
Bevölkerungsentwicklung:	+1,3 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte:	117.468
Arbeitslosenquote:	9,3 %
Einzelhandelskaufkraft:	93,1
Einzelhandelszentralität:	136,7
Relevante Shopping-Center: Sophienhof (C), Quer Passage Kiel (C), Citti-Park Kiel (P), Ostseepark Schwentinental (P) C=City S=Stadtteil P=Peripherie	

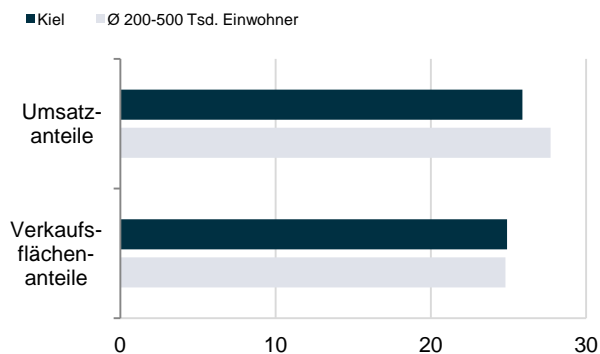
Quellen: Statistische Landesämter, GfK GeoMarketing GmbH, Bundesagentur für Arbeit,

1A-EINZELHANDELSMIETEN

von 2006 - 2016 in EUR / m²



INNENSTADTANTEILE



Quellen: COMFORT Research & Consulting

Die Landeshauptstadt Kiel ist mit ihren gut 245.000 Einwohnern die größte Stadt in Schleswig-Holstein. Die Stadt weist in geographischer Hinsicht eine günstige Lage relativ zentral innerhalb des Bundeslandes auf - mit einer Entfernung zur Metropole Hamburg von etwa 90 km. Sie kann von daher generell eine weiträumige Anziehungskraft entfalten, zumal Kiel auch mit einer guten Verkehrs-anbindung (u.a. Autobahnen 210 und 215) zu punkten vermag.

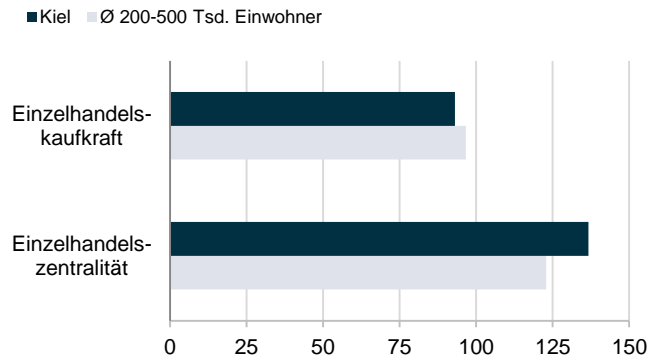
Der Wirtschafts- und Erwerbsstandort profitiert von seiner reizvollen Lage an der Ostsee und Förde mit natürlichen Anknüpfungspunkten für den Schiffbau, die Hafenschifffahrt und den Fährverkehr (mit Schweden-, Ostsee- und Norwegenkai). Hinzu kommen außerdem die Administration der Landesregierung und Landesbehörden sowie die Forschungseinrichtungen (u.a. Christian-Albrechts-Universität, Institut für Weltwirtschaft oder GEOMAR).

Weiterhin ist der Tourismus für Kiel ein ausgesprochen bedeutsamer Faktor: auch wenn Kiel als Kreuzfahrthafen in der Statistik hinter Hamburg und Warnemünde liegt, so kommen doch allein durch den starken Fährverkehr jährlich über 1,5 Millionen zusätzliche Tagesgäste in die Kieler Innenstadt. 2016 verzeichnete die weltbekannte Kieler Woche wie in den Vorjahren wieder mehr als 3 Millionen Besucher.

BEDEUTUNG DER STADT ALS EINZELHANDELSSTANDORT

Das Einzugsgebiet der Einkaufsstadt Kiel weist nach Angaben der COMFORT gegenwärtig eine Größenordnung von rund 630.000 Einwohnern auf, wobei die Einzelhandelskaufkraft gemäß den Daten der GfK (Bundesdurchschnitt = 100) dabei außerhalb der Stadt mit rund 100 merklich oberhalb des Kieler Werts (gut 93) rangiert. „Zusammen mit der angesprochenen touristischen Anziehungskraft ergibt sich als Ausdruck der Leistungsstärke des Kieler Einzelhandels eine sehr hohe Einzelhandelszentralität“, berichtet der für das deutschlandweite Research verantwortliche Geschäftsführer Olaf Petersen.

EINZELHANDELSKAUFKRAFT UND -ZENTRALITÄT

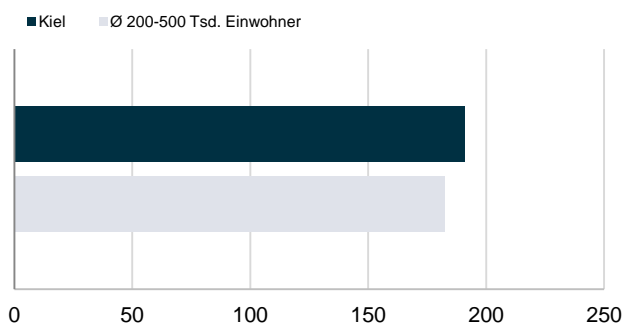


Quelle: GfK GeoMarketing GmbH

Die Einzelhandelszentralität erreicht laut Angaben der GfK rd. 137 in 2016 und damit einen Wert, der deutlich oberhalb des Durchschnitts in den deutschen Städten dieser Größenklasse (zwischen 200.000 und 500.000 Einwohner: 122,9) liegt. Dies gilt nicht zuletzt auch für die spezifische Zentralität im innerstädtischen Kernsortiment Mode, die sogar einen Wert von rund 191 (der Stadtgrößen-durchschnitt liegt bei rund 183) erreichte. Das bedeutet, dass in Kiel nahezu mehr als doppelt so viel Modeumsatz in der Stadt getätigt wird als die Kieler Einwohner an spezifischer Kaufkraft für Mode in der Tasche haben.

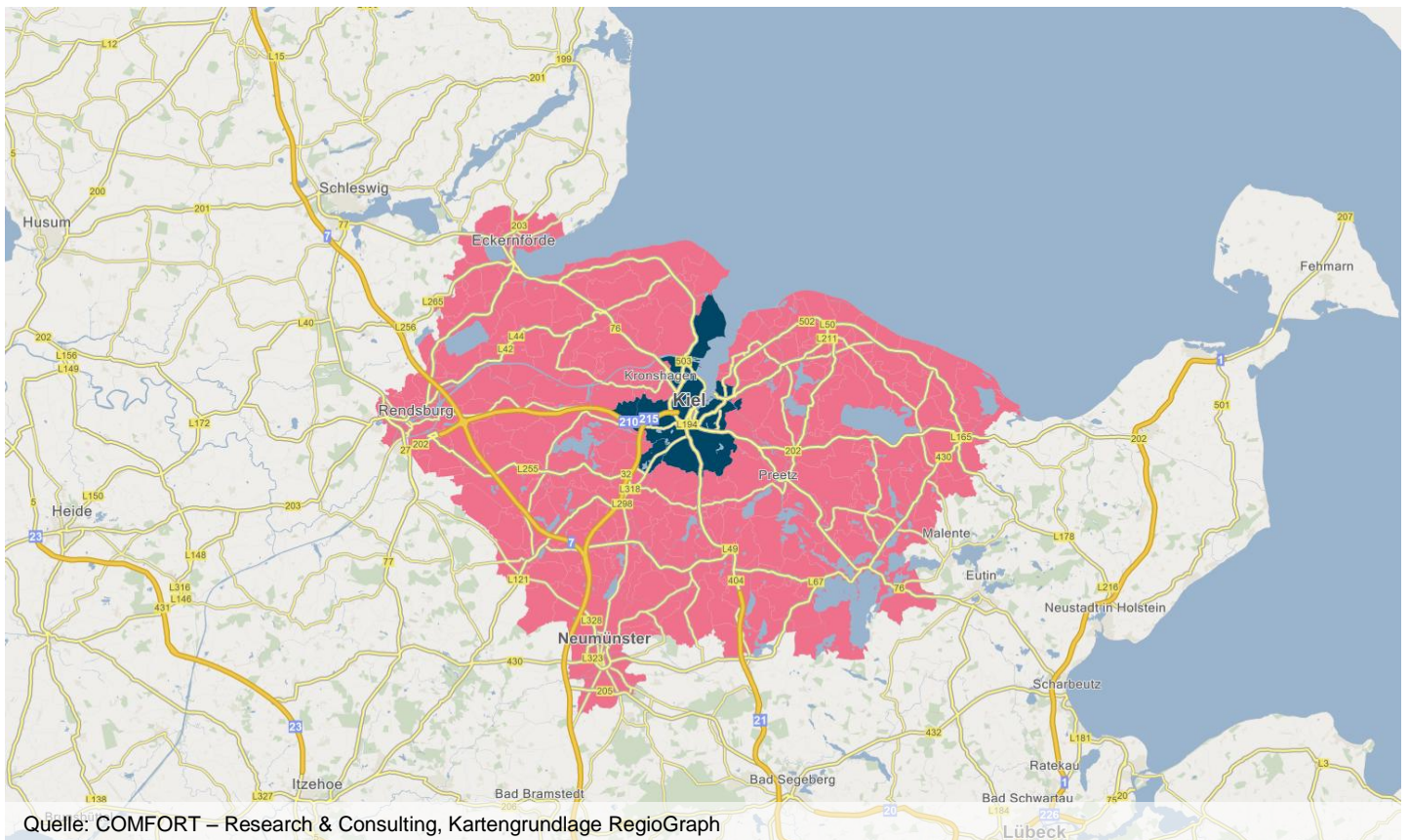
Mit einer Verkaufsfläche von etwa 116.000 m² - dies entspricht einem Anteil von rund einem Viertel an der Gesamtverkaufsfläche - stellt die Kieler Innenstadt den mit Abstand bedeutendsten Einkaufsbereich der Stadt dar. Nach der Komplettierung der Projektentwicklung „Nordlicht“, der Fertigstellung des Refurbishments des Shopping-Centers Sophienhof und der Eröffnung von TK Maxx erwirtschaftet hier der Einzelhandel einen Jahresumsatz von ca. 405 Mio. Euro (= gesamtstädtischer Umsatzanteil von rd. 26 %). Die durchschnittliche innerstädtische Flächenproduktivität (rd. 3.500 EUR/m²) fällt im Vergleich mit dem Referenzwert der Städtegrößenklasse (rd. 3.400 EUR/m²) insgesamt etwas überdurchschnittlich aus.

MODEZENTRALITÄT



Quelle: COMFORT – Research & Consulting

EINZUGSGEBIET



Quelle: COMFORT – Research & Consulting, Kartengrundlage RegioGraph

1A-LAGE

HOLSTENSTRASSE

- Einzige Toplage in Kiel; eine der ältesten Fußgängerzonen Deutschlands.
- Der untere Abschnitt zwischen Karstadt und der Schevenbrücke/Holstenplatz bleibt weiterhin durch die einseitige Bebauung schwächer.
- Aktuell sind eine Reihe von Flächen zur Anmietung am Markt.
- Relativ kleiner Anteil an lokalen Einzelhändlern (z.B. Ferdinand Meislahn, Juwelier Mahlberg).
- Neue Mieter: yourfone, Gebers Schlafexperten, Milanini Mode-Accessoires, DECHAU Taschen+Koffer, Peter Pane (Am Bootshafen)
- Das Mietpreisniveau liegt bei ca. 75,- EUR/m² für kleinere Ladenlokale zwischen 80 bis 120 m² Verkaufsfläche. Für Ladenlokale mit 300 bis 500 m² Verkaufsfläche werden ca. 41,- EUR/m² erzielt.

MIETPREISANGABE in EUR/m²

80-120 m²

75

300-500 m²

41

Die Landeshauptstadt Schleswig-Holsteins verändert sich. Neben dem bereits seit 2015 eröffneten TK Maxx im Geschäftshaus Holstenstraße 21-27 (ehem. LEIK-Vermietung durch COMFORT), sowie des modernisierten „Nordlichts“ in der Holstenstraße 1-11, ist in den kommenden Jahren eine Entwicklung der ganzen Fußgängerzone vorgesehen. Mit dem Umbau der Holstenbrücke, wodurch der Kleine Kiel-Kanal wieder in Erscheinung treten wird, möchte man die Aufenthaltsqualität deutlich erhöhen und die Kunden zu längerem Verweilen in der Innenstadt einladen. Die zusätzlich vorgesehenen Gastronomieflächen werden sicherlich diesen Teil der Fußgängerzone beleben. Das könnte auch eine positive Auswirkung auf die Läden in der oberen Holstenstraße haben.

Nicht zu unterschätzen ist der Neubau von ca. 200 neuen hochwertigen Wohneinheiten hinter dem Alten Markt – dem „Schlossquartier“ – sowie der geplanten Hotels am Alten Bootshafen. Diese beiden Entwicklungen werden sicherlich auch dafür sorgen, dass die Frequenzen in der Fußgängerzone erhöht werden. In diese Richtung wirkt auch, die von COMFORT vermittelte und jüngst erfolgte Eröffnung von Peter Pane am Wall 12. Hierdurch wird das wichtige Gastroangebot in diesem Bereich nachhaltig gestärkt.

Das im letzten Jahr von Woolworth verlassene Gebäude in der Holstenstraße 37 steht weiterhin leer und die angekündigten Abriss-Neubauarbeiten haben sich nochmals verschoben. Die Spekulationen über die Ansiedlung von Primark in dieser 1A-Lage bestehen weiterhin und, sollten sich diese bewahrheiten, würde der Modediscounter sicherlich für erhöhte Frequenz in der Fußgängerzone sorgen und könnte wieder jüngeres Kaufpublikum in die Holstenstraße locken. Dies könnte damit zu einer nachhaltigen Lagestärkung dieses Abschnitts der Fußgängerzone führen und für zusätzlichen Aufwind sorgen.



Neuer Mieter in der Holstenstraße

CENTERSITUATION

Das an die Fußgängerzone angebundene Einkaufszentrum – Sophienhof – ist ein Magnet, der nicht zuletzt nach dem 2014 abgeschlossenen Refurbishment die Kunden mit seinem vielfältigen Angebot und großzügig ausgebauten Flächen anzieht. Die dort angesiedelten internationalen Konzepte sowie zahlreiche Gastronomen stellen eine oft in Kauf genommene Alternative für die Innenstadtbesucher dar. Dem angebundenen Karstadt-Haus am Holstentörn steht weiterhin eine Entwicklung bevor, allerdings gibt es hierzu weiter keine konkreten Pläne.

An der Peripherie von Kiel sind die verkehrsorientierten Fachmarktzentren – der CITTI-Park und der Ostseepark – nach wie vor sehr stark besucht und belasten die Frequenz in der Innenstadt. Vor allem der CITTI-Park, welcher nicht nur mit dem Auto, sondern auch direkt vom Hauptbahnhof mit der Regionalbahn zu erreichen ist, punktet mit dem vorhandenen Gastronomie- und Modeangebot, das immer wieder aufgefrischt wird, um die Kunden anzulocken. Der Ostseepark dagegen deckt eher den täglichen und discounterorientierten Bedarf der Agglomeration ab. Das Begehren der Stadt Schwentinental, dort ein echtes Shopping-Center zu errichten, wird von der Stadt Kiel und der schleswig-holsteinischen Landesplanung abgelehnt, was im Hinblick auf die weitere Entwicklung des Einzelhandels in der Innenstadt ein positives Signal ist. Denn die Eröffnung der Erweiterung des Designer Outlet Centers in Neumünster im September 2015 hat die Konkurrenz der Innenstadt Kiels als Einzelhandelsstandort weiter gestärkt. Die DOC-Gesamtverkaufsfläche von rd. 20.000 m² und ca. 130 Shops mit namhaften Marken locken Kunden aus der Umgebung, somit auch aus Kiel an.

Mit der bevorstehenden Entwicklung der Innenstadt rund um den Bootshafen und den Kleinen Kiel-Kanal bleibt abzuwarten, inwiefern sich die Lage der Händler in der Fußgängerzone und auch in den Centern verändert. Vermutlich tragen die Veränderungen dazu bei, dass die Kunden länger in der Innenstadt verweilen werden und somit auch mehr Geld ausgeben: das wäre als eine nachhaltige Stärkung der High Street ausdrücklich zu begrüßen.



Einkaufsstimmung in der Holstenstraße

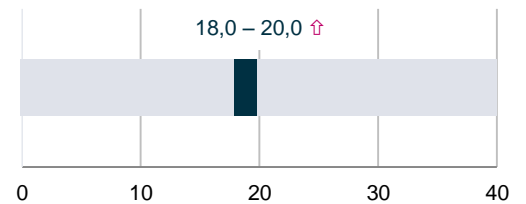
INVESTMENT

Im 2. Quartal 2016 wurde das Büro- und Geschäftshaus, Holstenstraße 96 an einen regionalen Bestandhalter verkauft. Da die Immobilie im schwächeren Teil der Fußgängerzone liegt und es sich um ein älteres Gebäude handelt, dürfte sich die Rendite zwischen 6,2% und 6,7% bewegen.

Im Markt befinden sich aktuell einige Verkaufsobjekte, die aber aufgrund einer schwierigen Vermietungssituation nicht ohne weiteres platziert werden können. Das Überangebot an Flächen in den Centern der Peripherie und des Sophienhofes setzen die Vermietung in der Innenstadt unter Druck. Es fehlt die entsprechende Nachfrage von Einzelhändlern für die Holstenstraße und eine sinkende Mieltendenz ist die Folge. Schließlich ist das Vertrauen der Investoren derzeit nicht so groß, als dass spekulativ Geschäftshäuser mit Leerständen und auslaufenden Mietverträgen gekauft werden.

Neue Impulse können aber durch die Quartiersentwicklung „Am Bootshafen“ zwischen Förde und Holstenstraße entstehen. Ab dem Frühjahr 2017 werden dort 110 Wohnungen, 500 m² Einzelhandelsfläche und zwei Hotels errichtet. Damit dürfte die Innenstadt von neuen Passanten und weiterer Kaufkraft profitieren. In Folge dessen sollte dann auch wieder die Nachfrage von Einzelhändlern nach Mieteinheiten in der Innenstadt steigen. Insofern haben die Investoren jetzt die Chance – gemessen an anderen B-Städten – günstig Geschäftshäuser zu erwerben. Die Landeshauptstadt Kiel wird mit positiver Bevölkerungsentwicklung auch künftig ein relevanter Investmentstandort sein.

KAUFPREISFAKTOR



Eröffnung Peter Pane am Bootshafen – Belegung des Gastronomieangebotes, Quelle: Paniceus GmbH

COMFORT CITY-RANKING 2016



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

Aktuell rangiert Kiel im COMFORT CITY-Ranking, einer aus insgesamt 35 Parametern ermittelten Kennziffer für die Einzelhandels-Leistungstärke und –Attraktivität, mit einem Zielerreichungsgrad von 58 von 100 maximal erreichbaren Punkten im bundesweiten Städte-Vergleich, mit fünf von maximal sieben Einkaufsstüten immerhin in der drittbesten von insgesamt sieben möglichen Bewertungskategorien.

FAZIT UND PERSPEKTIVEN

Die vorstehend dargestellte aktuelle Entwicklung des Einzelhandels der schleswig-holsteinischen Landeshauptstadt folgt weitestgehend den generellen bundesdeutschen Großstadt-Trends. Angesichts einer ausgeprägten Konkurrenzsituation zur Grünen Wiese ist der Wettbewerbsdruck für die Innenstadt zur Zeit allerdings recht hoch. Kiel bleibt insofern auch weiterhin deutlich hinter den Möglichkeiten einer Stadt dieser Stadtgrößenordnung zurück, siehe z. B. Freiburg, Braunschweig oder Wiesbaden. Hierin stecken Potenziale für die Zukunft.

Neue Impulse für die innerstädtische Retail-Landschaft werden von der COMFORT primär durch die städtebaulichen Entwicklungen rund um den Bootshafen und den Kleinen Kiel-Kanal sowie im Kontext der Entwicklung der ehemaligen Woolworth-Immobilie gesehen. Diese dürften perspektivisch zu deutlich mehr urbaner Aufenthaltsqualität und vermehrten modernen Einzelhandels- und Gastronomieangeboten führen. „Dies ist angesichts der weiter gewachsenen regionalen Konkurrenz speziell auch aus Neumünster (wesentlich -> DOC) ausdrücklich zu begrüßen. Von daher verbieten sich allerdings eindeutig für die absehbare Zukunft anderweitige zusätzliche Belastungen durch neue innenstadtrelevante Neuansiedlungen in der Peripherie bzw. dem Umland (Stichwort Einkaufszentrum-Planungen für Schwentinental),“ resümieren die Einzelhandels- und Immobilienexperten von COMFORT.

IHRE ANSPRECHPARTNER:



VERMIETUNG FRANK REITZIG

COMFORT Hamburg
Fon: +49 40 300858-13
Mobil: +49 175 7217723
E-Mail: reitzig@comfort.de



INVESTMENT THOMAS A. HECKH

COMFORT Hamburg
Fon: +49 40 300858-17
Mobil: +49 175 7217734
E-Mail: heckh@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 Geschäftshäusern und Ladenlokalen in den 1A-Lagen von Innenstädten 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 zusätzlich Center Consulting, Centermanagement und die gesonderte Einheit Luxury Retail. 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:

Frank Hinz, Unternehmenskommunikation
Kaistraße 8A, 40221 Düsseldorf /Fon: +49 211 9550-144/ E-Mail: hinz@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.

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 **Zentralitätskennziffer** 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).