



Industrie- und Handelskammer
Bodensee – Oberschwaben

Gewerberaummieten 2011 in der Region Bodensee-Oberschwaben



Fotolia/Stephen Coburn



Fotolia/Victor Zastol'skiy



Fotolia/Sysiphus

IHK Bodensee-Oberschwaben
Geschäftsbereich
Standortpolitik & Unternehmensförderung
Lindenstraße 2
88250 Weingarten
Telefon 0751/409-0
Telefax 0751/409-273
nattermann@weingarten.ihk.de
www.weingarten.ihk.de
Konzeption und Text: Bernhard Nattermann
Fotos: Fotolia und Bilderbox

Schutzgebühr 20,00 EUR
Kostenfrei für Mitglieder der IHK Bodensee-Oberschwaben

9. Auflage seit 1994
Stand November 2010
IHK Bodensee-Oberschwaben

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	4
1. Strukturwandel im Einzelhandel	5
1.1 Das Einzelhandelsmietpreisniveau im IHK-Bezirk	6
1.2 Mietpreise für Einzelhandelsimmobilien – Methodische Hinweise	
1.2.1 Landkreis Ravensburg	7
1.2.2 Landkreis Sigmaringen	11
1.2.3 Bodenseekreis	13
1.3 Ihr Unternehmen im Branchenvergleich	16
2. Die Entwicklung der Preise für Büroflächen im IHK-Bezirk	18
3. Mietpreise des produzierenden Gewerbes	21
3.1 Individuelle Ermittlung des Marktwertes unerlässlich	
3.2 Die Bewertung eines Mietobjekts	
4. Ermittlung des Mietwerts in der Gastronomie/Hotellerie	24
Anhang	25
Fundstelle für einen Geschäftsraummietvertrag	
sisfit – Das Standort-Firmen- und Immobilien-Infosystem	

Vorwort

Für Orte in der Größenordnung der Städte unserer IHK-Region gibt es keine Untersuchungen und Analysen zu gewerblichen Mietpreisen.

Diese Broschüre, die Sie nun in der neunten überarbeiteten Auflage vorliegen haben, möchte deshalb die Transparenz, über tatsächlich in der Region Bodensee-Oberschwaben bezahlte Mietpreise, erhöhen.

Seit unserer letzten Erhebung im Jahre 2008, die noch zu Zeiten einer wirtschaftlichen Boomphase abgeschlossen worden ist, folgte mit dem Jahr 2009 ein Jahr, das in die deutsche Geschichte als das Jahr einer tiefen Finanz- und Wirtschaftskrise eingehen wird. So schrumpfte die Wirtschaftsleistung in Baden-Württemberg um über 7%.

Während fast alle Unternehmen mit verhaltenem Optimismus ins Jahr 2010 gestartet waren, sprachen die Medien im Spätherbst bereits wieder von einem Wirtschaftsboom und in unserer Region steht der Fachkräftemangel schon wieder im Mittelpunkt der Diskussion.

Bedingt durch diese konjunkturelle Berg- und Talfahrt, innerhalb eines sehr kurzen Zeitraums, hat sich das Preisgefüge in den meisten gewerblichen Immobiliensegmenten weder nachhaltig nach unten, noch nach oben entwickelt. Tendenziell sind aber die Mietpreise für Produktions- und Büroflächen leicht gesunken.

Erst wenn die konjunkturelle Erholung auch über das Jahr 2011 hinaus andauern würde, gehen wir davon aus, dass sich auch die Immobilienpreise in der Breite nach oben bewegen werden.





1. Strukturwandel im Einzelhandel

In kaum einem anderen Wirtschaftszweig ist die Standortqualität so ausschlaggebend für den Unternehmenserfolg wie im Einzelhandel.

Der Einzelhandel in unserer Region hat sich in den vergangenen Jahren weiter verändert. Wir gehen davon aus, dass sich dieser Wandel in den kommenden Jahren weiter den veränderten gesellschaftlichen und ökonomischen Rahmenbedingungen anpassen wird. Gerade die ländlich strukturierten Regionen Baden-Württembergs stehen vor einer besonderen Herausforderung. Die Auswirkungen struktureller Mängel in Städten und Gemeinden unter 20.000 Einwohnern sind in der jüngsten Vergangenheit deutlich geworden und werden in den kommenden Jahren zu einer weiteren Veränderung der Handelslandschaft führen und die Innenstädte verändern.

Zu den strukturellen Problemen unserer meist historisch gewachsenen Innenstädte zählen.

- Die Vielfältigkeit und Qualität des Angebots hat sich in den vergangenen Jahren verschlechtert. Die Angebote in den einzelnen Städten und Gemeinden sind aus Sicht der Verbraucher austauschbar geworden. Auch einige bekannte Fachgeschäfte wurden geschlossen, nicht immer rückte ein inhabergeführtes Fachgeschäft oder ein Filialist nach.
- Häufig fehlen in den Städten der oben genannten Größenkategorien die unverwechselbaren Magnetbetriebe.
- Die Kleinflächigkeit der Einzelhandelsbetriebe in den historischen Innenstädten bewirkt, dass sich bestimmte Anbieter, die wiederum häufig Magnetfunktion ausüben könnten, sich nicht ansiedeln.
- Der Wunsch der Kunden nach Qualitäts- und Erlebniseinkäufen kann häufig in Kleinstädten nicht ausreichend befriedigt werden. Meist sind es die Oberzentren oder die künstlich geschaffenen urbanen Erlebniswelten, die von diesem Megatrend der Verbraucher profitieren.

- Der preisbewusste Einkauf erfolgt in großem Umfang in den Discount- und Fachmärkten vor den Toren der Städte und trägt somit nicht unmittelbar zur Belebung der Kernbereiche bei.
- Internetverkäufe haben den Marktanteil weiter ausgebaut; 6% des Handelsumsatz von rund 400 Mrd. € fließen in diese Kanäle.

Diese Auflistung könnte noch durch weitere Punkte ergänzt werden. Sicherlich spielt bei der Beantwortung der Frage, wie die Zukunftsfähigkeit des Gewerbes, insbesondere in den Innenstädten gesichert werden kann, auch der Mietpreis eine nicht unerhebliche Rolle. Betriebswirtschaftlich betrachtet, handelt es sich um den zweitgrößten Kostenblock im Einzelhandel.

In der Vergangenheit haben immer mehr Unternehmer mit breiten Sortimenten ohne Schnelldreher, Unternehmer mit hohem Flächenbedarf oder solche, die nur schwache Renditen erwirtschafteten, die Innenstadtfähigkeit weitestgehend verloren. Dies führte wiederum zu einer Verschlechterung der Vielfalt des Kernbereichs einer Stadt.

Die Kommunen haben nur wenige Möglichkeiten, direkt Einfluss auf den Bestand zu nehmen. In erster Linie ist es daher die Aufgabe der Städte und Gemeinden, für die notwendigen Rahmenbedingungen zu sorgen.

1.1 Das Einzelhandelsmietpreisniveau im IHK-Bezirk

Im Herbst 2010 hat die IHK zum neunten Mal seit 1994 eine Umfrage bei Einzelhandelsbetrieben durchgeführt. Die Entwicklung des Marktes für Einzelhandelsimmobilien lässt sich nur differenziert nach einzelnen Städten und Teilregionen darstellen. Generelle Aussagen sind kaum möglich und würden zu einer Verzerrung führen. Folgende Entwicklungstrends sind feststellbar:

- Spitzenlagen mit Höchstmieten sind weiterhin preislich stabil. Das Mietpreisniveau der Höchstmieten in den besten Lagen ist in diesem schmalen Marktsegment tendenziell noch gestiegen.
- Die Mietpreise, insbesondere in Klein- und Unterzentren, haben sich auf einem niedrigen Niveau eingependelt.
- Die Leerstandsquote in Städten und Gemeinden mit Strukturschwächen, hat seit der letzten Untersuchung nicht zugenommen und ist insgesamt als gering zu bezeichnen.
- 2a-Lagen und schlechter sind kaum noch vermietbar, zumindest was eine Einzelhandelsnutzung anbetrifft. Eine Neuvermietung kann meist nur im Zuge von Umnutzungen erfolgen.

Darüber hinaus haben wir weitere wichtige Kennziffern (Einwohnerzahl, einzelhandelsrelevante Kaufkraft und die Umsatzkennziffer) der jeweiligen Orte in die Übersichten eingefügt, die bei Standortentscheidungen eine wichtige Rolle spielen. Die Daten stammen von der GfK (Gesellschaft für Konsumforschung), Nürnberg, und vom Statistischen Landesamt Baden-Württemberg.

1.2 Mietpreise für Einzelhandelsimmobilien – Methodische Hinweise

Bei den angegebenen Mietpreisspannen handelt es sich nicht um Höchst- bis Niedrigstwerte, sondern sie bilden den Kernbereich einer Gaußschen Normalverteilungskurve ab.

Zu beachten ist, dass im Einzelfall durchaus preisliche Abweichungen nach oben oder unten möglich sind. Je kleiner die Fläche und je nach Anforderungsprofil an die Räume (zusätzliche Stellplätze, kühlbare Lagerräume, besondere Sicherheitsvorkehrungen usw.), können durchaus Abweichungen möglich sein.

1.2.1 Landkreis Ravensburg

Generell können die nachfolgenden Angaben einen ersten Anhaltspunkt bieten, in welchem Gebiet bzw. Ort, welches Mietpreisniveau anzutreffen ist. In einem zweiten Schritt müssen alle mikroökonomischen Standortfaktoren sorgfältig analysiert und bewertet werden. Dieser zweite Schritt hat eine ebenso große Bedeutung wie das Wissen um die in etwa bezahlten Durchschnittsmieten.

Ravensburg

	2010	
Einwohnerzahl:	49.399	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	5.286 €	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	103,9	
Umsatzkennziffer:	175,9	
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	278,6 Mio. €	
Verkaufsfläche 2008*:	157.810 m ²	
Arealität 2008*:	3,20m ² /Ew.	
Ermittelte Mietspanne:	Lage	Kernbereich (Je qm Verkaufsfläche; ab 100 qm Verkaufsfläche)
	1a	25,00 bis 38,00
	1b	7,00 bis 14,00
Mietobjekte unter 100 qm Verkaufsfläche in 1a Lage:		45,00 bis 60,00

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE

Weingarten

	2010	
Einwohnerzahl:	23.620	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	5.127 €	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	100,8	
Umsatzkennziffer:	118,6	
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	128,4 Mio. €	
Verkaufsfläche 2008*:	39.830 m ²	
Arealität 2008*:	1,69m ² /Ew.	
Ermittelte Mietspanne:	Lage	Kernbereich (Je qm Verkaufsfläche; ab 100 qm Verkaufsfläche)
	1a	6,50 bis 13,00

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE

Definition der verwendeten Begriffe:

Was versteht man unter einzelhandelsrelevanter Kaufkraft?

Teil des verfügbaren Einkommens der privaten Haushalte, von dem die Einkäufe im Einzelhandel getätigt werden – Einkäufe sind am Wohnort der Konsumenten erfasst.

Definition der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer:

Die einzelhandelsrelevante prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-relevanten Einzelhandelskennziffer zum Durchschnitt der Bundesrepublik Deutschland (Index=100) an.

Die Umsatzkennziffer spiegelt die im örtlichen Einzelhandel getätigten Umsätze wieder.

Bei der Umsatzkennziffer werden die Einkäufe am Einkaufsort der Konsumenten erfasst. Bei einer Kaufkraft von 100 Prozent wird die rechnerisch vorhandene Kaufkraft der Bewohner einer Stadt vollständig in dieser Stadt ausgegeben.



Wangen im Allgäu

2010

Einwohnerzahl:	27.232
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	5.102 €
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	100,3
Umsatzkennziffer:	82,6
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	150,7 Mio. €
Verkaufsfläche 2008*:	55.240 m ²
Arealität 2008*:	2,02m ² /Ew.

Ermittelte Mietspanne:	Lage	Kernbereich <i>(Je qm Verkaufsfläche; ab 100 qm Verkaufsfläche)</i>
	1a	10,00 bis 20,00

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE

Bad Waldsee

2010

Einwohnerzahl:	19.900
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	5.008 €
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	98,4
Umsatzkennziffer:	82,4
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	107,8 Mio. €
Verkaufsfläche 2008*:	36.400 m ²
Arealität 2008*:	1,84m ² /Ew.

Ermittelte Mietspanne:	Lage	Kernbereich <i>(Je qm Verkaufsfläche; ab 100 qm Verkaufsfläche)</i>
	1a	7,50 bis 12,50

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE



Bad Wurzach

	2010	
Einwohnerzahl:	14.373	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	4.793 €	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	94,2	
Umsatzkennziffer:	66,3	
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	75,6 Mio. €	
Verkaufsfläche 2008*:	16.530 m²	
Arealität 2008*:	1,15m²/Ew.	
Ermittelte Mietspanne:	Lage	Kernbereich <i>(Je qm Verkaufsfläche; ab 100 qm Verkaufsfläche)</i>
	1a	5,00 bis 11,00

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE

Isny im Allgäu

	2010	
Einwohnerzahl:	14.493	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	4.808 €	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	94,5	
Umsatzkennziffer:	94,8	
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	77,5 Mio. €	
Verkaufsfläche 2008*:	27.505 m²	
Arealität 2008*:	1,88m²/Ew.	
Ermittelte Mietspanne:	Lage	Kernbereich <i>(Je qm Verkaufsfläche; ab 100 qm Verkaufsfläche)</i>
	1a	6,00 bis 10,00

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE



Leutkirch im Allgäu

	2010	
Einwohnerzahl:	22.132	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	5.041 €	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	99,1	
Umsatzkennziffer:	97,5	
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	120,6 Mio. €	
Verkaufsfläche 2008*:	40.800 m²	
Arealität 2008*:	1,84m²/Ew.	
Ermittelte Mietspanne:	Lage	Kernbereich <i>(Je qm Verkaufsfläche; ab 100 qm Verkaufsfläche)</i>
	1a	5,50 bis 9,50

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE



1.2.2 Landkreis Sigmaringen

Generell können die nachfolgenden Angaben einen ersten Anhaltspunkt bieten, in welchem Gebiet bzw. Ort, welches Mietpreisniveau anzutreffen ist. In einem zweiten Schritt müssen alle mikroökonomischen Standortfaktoren sorgfältig analysiert und bewertet werden. Dieser 2. Schritt hat eine ebenso wichtige Bedeutung als das Wissen um die in etwa bezahlten Durchschnittsmieten.

Sigmaringen

	2010	
Einwohnerzahl:	16.451	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	4.867 €	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	95,7	
Umsatzkennziffer:	172,9	
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	87,7 Mio. €	
Verkaufsfläche 2008*:	47.010 m ²	
Arealität 2008*:	2,85m ² /Ew.	
Ermittelte Mietspanne:	Lage	Kernbereich
		(Je qm Verkaufsfläche; ab 100 qm Verkaufsfläche)
	1a	6,00 bis 11,00

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE

Definition der verwendeten Begriffe:

Was versteht man unter einzelhandelsrelevanter Kaufkraft?
Teil des verfügbaren Einkommens der privaten Haushalte, von dem die Einkäufe im Einzelhandel getätigt werden – Einkäufe sind am Wohnort der Konsumenten erfasst.

Definition der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer:
Die einzelhandelsrelevante prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-relevanten Einzelhandelskennziffer zum Durchschnitt der Bundesrepublik Deutschland (Index=100) an.

Die Umsatzkennziffer spiegelt die im örtlichen Einzelhandel getätigten Umsätze wieder.

Bei der Umsatzkennziffer werden die Einkäufe am Einkaufsort der Konsumenten erfasst. Bei einer Kaufkraft von 100 Prozent wird die rechnerisch vorhandene Kaufkraft der Bewohner einer Stadt vollständig in dieser Stadt ausgegeben.

Bad Saulgau

	2010	
Einwohnerzahl:	17.538	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	4.889 €	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	96,1	
Umsatzkennziffer:	166,2	
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	94,4 Mio. €	
Verkaufsfläche 2008*:	56.040 m ²	
Arealität 2008*:	3,18m ² /Ew.	
Ermittelte Mietspanne:	Lage	Kernbereich
		(Je qm Verkaufsfläche; ab 100 qm Verkaufsfläche)
	1a	6,00 bis 12,00

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE



Pfullendorf

2010

Einwohnerzahl:	13.109
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	4.748 €
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	93,3
Umsatzkennziffer:	83,0
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	68,8 Mio. €
Verkaufsfläche 2008*:	23.770 m ²
Arealität 2008*:	1,81m ² /Ew.

Ermittelte Mietspanne:

Lage

Kernbereich

(Je qm Verkaufsfläche;
ab 100 qm Verkaufsfläche)

1a

6,00 bis 9,00

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE

1.2.3 Bodenseekreis

Generell können die nachfolgenden Angaben einen ersten Anhaltspunkt bieten, in welchem Gebiet bzw. Ort, welches Mietpreisniveau anzutreffen ist. In einem zweiten Schritt müssen alle mikroökonomischen Standortfaktoren sorgfältig analysiert und bewertet werden. Dieser 2. Schritt hat eine ebenso wichtige Bedeutung als das Wissen um die in etwa bezahlten Durchschnittsmieten.

Friedrichshafen

	2010	
Einwohnerzahl:	58.848	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	5.358 €	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	105,3	
Umsatzkennziffer:	134,0	
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	330,2 Mio. €	
Verkaufsfläche 2008*:	122.580 m²	
Arealität 2008*:	2,10m²/Ew.	
Ermittelte Mietspanne:	Lage	Kernbereich (Je qm Verkaufsfläche; ab 100 qm Verkaufsfläche)
	1a	16,00 bis 23,00
	1b	8,00 bis 13,00
Mietobjekte unter 100 qm Verkaufsfläche in 1a Lage:		32,00 bis 40,00

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE

Tett nang

	2010	
Einwohnerzahl:	18.540	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	5.483 €	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	107,8	
Umsatzkennziffer:	102,1	
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	108,4 Mio. €	
Verkaufsfläche 2008*:	26.025 m²	
Arealität 2008*:	1,41m²/Ew.	
Ermittelte Mietspanne:	Lage	Kernbereich (Je qm Verkaufsfläche; ab 100 qm Verkaufsfläche)
	1a	6,00 bis 13,00

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE

Definition der verwendeten Begriffe:

Was versteht man unter einzelhandelsrelevanter Kaufkraft?
Teil des verfügbaren Einkommens der privaten Haushalte, von dem die Einkäufe im Einzelhandel getätigt werden – Einkäufe sind am Wohnort der Konsumenten erfasst.

Definition der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer:
Die einzelhandelsrelevante prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-relevanten Einzelhandelskennziffer zum Durchschnitt der Bundesrepublik Deutschland (Index=100) an.

Die Umsatzkennziffer spiegelt die im örtlichen Einzelhandel getätigten Umsätze wieder.

Bei der Umsatzkennziffer werden die Einkäufe am Einkaufsort der Konsumenten erfasst. Bei einer Kaufkraft von 100 Prozent wird die rechnerisch vorhandene Kaufkraft der Bewohner einer Stadt vollständig in dieser Stadt ausgegeben.



Markdorf

2010

Einwohnerzahl:	12.857
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	5.594 €
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	110,0
Umsatzkennziffer:	111,8
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	76,1 Mio. €
Verkaufsfläche 2008*:	30.995 m²
Arealität 2008*:	2,44m²/Ew.

Ermittelte Mietspanne:

Lage

Kernbereich

*(Je qm Verkaufsfläche;
ab 100 qm Verkaufsfläche)*

1a

7,00 bis 14,00

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE



Überlingen

	2010
Einwohnerzahl:	21.625
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf:	5.664 €
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer:	111,3
Umsatzkennziffer:	140,5
Einzelhandelsrelevante (absolute) Kaufkraft 2008*:	130,0 Mio. €
Verkaufsfläche 2008*:	40.405 m ²
Arealität 2008*:	1,87m ² /Ew.

Ermittelte Mietspanne:	Lage	Kernbereich <i>(Je qm Verkaufsfläche; ab 100 qm Verkaufsfläche)</i>
	1a	10,00 bis 22,00

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept BBE



1.3 Ihr Unternehmen im Branchenvergleich

Sind schlicht und einfach Ihre Mietkosten zu hoch? Oder ist eher der Umsatz zu niedrig, mit der Folge, dass die Flächenproduktivität unterdurchschnittlich ist? Bemühungen, den Faktor Raum wirtschaftlich einzusetzen, setzen voraus, dass Sie die Stärken und Schwächen in Ihrem Betrieb erkennen. Dazu wiederum bedarf es eines Maßstabes. Es müssen also Kosten- und Leistungsmesszahlen zur Verfügung stehen, mit deren Hilfe ein Urteil über die Raumökonomie möglich ist. Mit Hilfe von Kennzahlen kann sich der Einzelhandelsunternehmer ein Informationssystem schaffen, das in verdichteter und anschaulicher Form betriebliche Zusammenhänge anschaulich macht. Dabei ist bedeutsam, dass Kennzahlen nicht nur zur Kontrolle da sind. Sie sind als Planungshilfe noch viel wichtiger.

Folgende Kennzahlen kommen in Frage:

Die Miete pro Quadratmeter.

Diese Kennzahl dient vor allem Vergleichszwecken. Denn für sich gesehen sagt ein Monats- oder Jahresmietwert pro Quadratmeter wenig aus. Erst wenn er mit anderen Werten verglichen wird, lässt sich eine Aussage über die Miethöhe machen. Richtig und in ihrer vollen Bedeutung wird die Miete jedoch erst beurteilt, wenn die folgenden vier Kennzahlen im Zusammenhang erfasst werden.

1. Umsatz je qm Geschäftsraum

Umsatz in € / qm Geschäftsfläche

2. Umsatz je qm Verkaufsfläche

Umsatz in € / qm Verkaufsfläche

3. Raumkostenbelastung

(Miete oder Mietwert + sonstige Raumkosten)
x 100 / Umsatz in €

4. Raumkosten je qm Geschäftsfläche

(Miete oder Mietwert + sonstige Raumkosten) /
qm Geschäftsfläche

Darüber hinaus ist der Flächenanteil des Verkaufsraumes wichtig. Denn letztlich hängt eine gute Raumproduktivität davon ab, dass von der gesamten zur Verfügung stehenden Betriebsfläche ein möglichst großer Teil produktiv eingesetzt, d. h. als Verkaufsraum genutzt wird.

Die Kennzahl „Flächenanteil des Verkaufsraumes“ ist daher als Planungs- und Kontrollgröße wichtig. So wird man bei einem schlechten Verhältnis versuchen, eine Steigerung zu erreichen, indem bis dahin nicht für den Verkauf genutzte Raumteile in Verkaufsraum umgewandelt werden.

Bei neu zu erstellenden oder anzumietenden Räumen wird mit Hilfe dieser Kennzahl gemessen, ob die Raumaufteilung günstig ist.

Sie wird wie folgt ermittelt:

$\text{qm Verkaufsraum} \times 100 / \text{qm gesamte Geschäftsfläche} =$
Anteil des Verkaufsraumes in Prozent

Fazit:

Errechnen Sie für Ihren Betrieb die entsprechenden Raumproduktivitäts-Kennzahlen und vergleichen Sie diese mit den Branchendurchschnittswerten bzw. mit den Zahlen aus Ihrer Erfa-Gruppe.

Wichtige Kennziffern für Einzelhandelsbetriebe im Überblick

Branche	Raumkosten/Anteil in % am Netto-Umsatz*	Flächenproduktivität in € je qm Verkaufsfläche*
Blumen	6	2.500,-
Herrenbekleidung	6	3.500,-
Damenoberbekleidung	6-8	3.500,-
Kinderbekleidung	6-8	3.000,-
Wäsche	6	4.500,-
Young Fashion	6-8	3.800,-
Papier/Büro/Schreibwaren	3,5	4.000,-
Sport	6	3.300,-
Schuhe	8	3.400,-
Haus- und Heimtextilien	9	2.700,-
Möbel	5	1.500,-
Glas/Porzellan/Keramik	6	2.500,-
Farben/Tapeten/Bodenbeläge	5	1.500,-
Parfümerie	6	7.000,-
Zweirad	5	3.100,-
Spielwaren	5	2.900,-
Foto	5	5.000,-
Uhren/Schmuck	6	8.000,-
Nahrungs- und Genussmittel:		2.000,-
Supermärkte	5-6	3.800,-
Naturkost	6	
SB-Warenhaus über 1.500 qm VK	7	4.500,-
Zoofachgeschäfte	5	2.700,-

* Diese Werte verstehen sich als Mindestwerte, die für ein langfristiges Bestehen im Markt notwendig sind. Allerdings können diese Kennzahlen je nach Betriebsgröße unter Umständen erheblich abweichen. Sie dienen somit als erster Ansatzpunkt für eine Unternehmensbewertung.

Quelle: Unternehmensberatung Handel GmbH · Ein Unternehmen der Einzelhandelsverbände in Baden-Württemberg · Neue Weinsteige 44 · 70180 Stuttgart



**Verkaufs-/
Ausstellungsfläche
ca. 2.500 m² / teilbar
zu vermieten**

2. Die Entwicklung der Preise für Büroflächen im IHK-Bezirk

Aufgrund der kräftigen konjunkturellen Talfahrt ab Sommer 2008 haben etliche Betriebe aus Kostengründen z.B. Büroflächen zusammengelegt, kleinere Büroeinheiten gesucht, bzw. kleine Büros wurden auch wieder in das häusliche Umfeld verlegt. Deshalb gibt es in allen Städten unserer Region freistehende Büroflächen. Mit einer nachhaltigen Belegung des regionalen Büromarktes ist kurzfristig nicht auszugehen, da der Großteil des möglichen Beschäftigungszuwachses in 2011 nicht auf den Bürosektor entfallen wird.

Auch entstehen ständig neue Gewerbebauten in denen meist auch moderne Büroflächen zur Vermietung angeboten werden. Besonders Eigentümer älterer Bürobauten werden von dieser Entwicklung stark betroffen. Nur wenn Sie Ihre Immobilien nachhaltig modernisieren, werden sie Chancen haben, ihre Büroräume zukünftig noch bzw. wieder vermieten zu können.

Zunehmend nachgefragt werden Büros, die auch modernen energetischen Maßstäben gerecht werden. Neben der Lage sind Erreichbarkeit, das Vorhandensein von Stellplätzen, die flexible Aufteilung der Räume und die technische Infrastruktur (Verkabelung inkl. Anschlüssen), der allgemeine Zustand der Räume sowie natürlich die Lage im Gebäude entscheidende Kriterien für die Vermietbarkeit und Preisfindung der Objekte.

Die nachfolgenden Preisspannen sind als Richtwerte zu verstehen. Tendenziell hat das Preisniveau seit Ausbruch der Krise leicht nachgegeben. Die konjunkturelle Erholung schlägt sich noch nicht auf die Preise nieder.



Kreis Ravensburg:	EURO pro qm Bürofläche:*		
Ravensburg	7,00	bis	8,00
Stadtnahe Lage	7,00	bis	10,00
City-Lage	6,50	bis	10,00
Weingarten	6,00	bis	8,50
Isny	6,00	bis	8,00
Wangen	6,50	bis	8,50
Leutkirch	5,50	bis	7,50
Bad Waldsee	6,00	bis	8,00
Bad Wurzach	5,00	bis	7,50

*für eine Immobilie mit durchschnittlicher Ausstattung.

Kreis Bodenseekreis:	EURO pro qm Bürofläche:*		
Friedrichshafen	7,50	bis	9,50
Stadtnahe Lage	8,00	bis	10,00
City-Lage	10,00	bis	11,00
Überlingen	8,00	bis	9,50
Tettnang	6,50	bis	8,50
Marktdorf	7,00	bis	9,00
Immenstaad, Langenargen	6,00	bis	8,50
Meersburg, Uhltingen			

*für eine Immobilie mit durchschnittlicher Ausstattung.

Kreis Sigmaringen:	EURO pro qm Bürofläche:*		
Sigmaringen	5,00	bis	8,00
Bad Saulgau	5,50	bis	8,00
Pfullendorf	5,50	bis	7,50

*für eine Immobilie mit durchschnittlicher Ausstattung.



3. Mietpreise des produzierenden Gewerbes

Aufgrund der konjunkturellen Berg- und Talfahrt, beginnend im Sommer 2008, hat sich das Preisniveau für bspw. gewerblich genutzte Hallen nicht grundlegend seit unserer letzten Erhebung verändert. Tendenziell haben diese Mieten aber etwas nachgegeben.

Auf den kräftigen wirtschaftlichen Einbruch in vielen Industriebetrieben folgte bereits Anfang 2010 eine deutliche konjunkturelle Belebung. Im Herbst 2010 wurde die Wirtschaftskrise von allen Fachleuten für beendet erklärt. Ende 2010 waren die Prognosen für die weitere wirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2011 zwar positiv, aber preislich kann dieser noch recht junge Aufschwung noch zu keinen Preiserhöhungen führen, da das Immobilienpreisniveau meist nur in oder nach längeren Aufschwungsphasen, bedingt durch eine kräftige Nachfragebelebung, auf breiter Front ansteigt.

Tendenziell wirken auch noch nach dem Ende der Wirtschaftskrise die preisdämpfenden Marktfaktoren noch stärker nach. Unsere aktuellen Umfragen haben ergeben, dass die Preisspannen, die wir in unserem letzten Marktbericht ausgewiesen haben – die in der damaligen Hochkonjunkturphase Anfang 2008 erhoben worden sind – um 3-5% nach unten angepasst werden müssen.

3.1 Individuelle Ermittlung des Marktwerts unerlässlich

Bei der Bewertung des Mietwertes einer Immobilie spielen noch viele andere Faktoren eine Rolle, die individuell bewertet werden müssen.

Die teilweise beachtlichen Preisspannen, die bei unserer Umfrage deutlich geworden sind, lassen sich aufgrund dieser Erkenntnis durchaus erklären.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung ist dies im Detail nicht möglich. Im konkreten Einzelfall empfiehlt es sich, einen adäquaten Marktpreis gemeinsam mit einem erfahrenen Experten zu bestimmen.

3.2 Die Bewertung eines Mietobjekts

Eigentümer wollen ihre Immobilien zu einem möglichst hohen Preis vermieten – Unternehmer müssen ihre Produktions- und Betriebskosten möglichst niedrig halten, um die Wettbewerbsfähigkeit erhalten und eine angemessene Rendite erwirtschaften zu können. Diese gegensätzlichen Interessen erfordern eine sorgfältige Überprüfung der Marktlage und des Mietobjekts. Mit der vorliegenden Mietpreisumfrage wollen wir hierfür Anhaltspunkte geben. Die Auswertung der Ergebnisse hat darüber hinaus gezeigt, dass zahlreiche Kriterien den Wert einer Gewerbeimmobilie beeinflussen können. In der folgenden Checkliste erläutern wir diese Kriterien und wollen ihnen somit eine Hilfestellung zur individuellen Beurteilung von Immobilien im produzierenden Gewerbe bzw. Lagerflächen geben.

Bei der Preisfindung für ein gewerbliches Mietobjekt sollte ein erfahrener Experte, beispielsweise ein Immobilienmakler oder ein öffentlich bestellter IHK-Sachverständiger für Grundstücksbewertung, hinzugezogen werden. Er kann auch bei der Vertragsgestaltung wichtige Hinweise geben.

Öffentlich bestellte IHK-Sachverständige zeichnen sich durch besondere Sachkunde, Objektivität und Vertrauenswürdigkeit aus. Sie unterliegen der Aufsicht durch die Bestellungskörperschaft. Sie müssen bei der Erstellung eines Gutachtens unparteiisch sein, können aber auch sachkundig beraten. Natürlich ist die Tätigkeit eines solchen Sachverständigen nicht kostenlos, kann aber viel Geld sparen helfen, wenn man sich rechtzeitig beraten lässt, um Schaden zu vermeiden. Das Verzeichnis der von der IHK Bodensee-Oberschwaben öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen sowie das bundesweite Sachverständigenverzeichnis können über die Homepage der IHK Bodensee-Oberschwaben, unter Dokument-Nr. 191, abgerufen werden. Weitere Informationen sind unter Tel. 0751 / 409-135 erhältlich.

- Handelt es sich bei dem untersuchten Standort insgesamt um eine Lage, die für das Unternehmen hervorragend, gut oder eben nur durchschnittlich geeignet ist?
- Wie alt ist das Gebäude und wie gut ist die Bausubstanz (gemessen an den Unternehmensfunktionen, welche die Immobilie ermöglichen soll)?
- Werden/wurden vom Vermieter oder vom Mieter selbst Investitionen vorgenommen, welche die Immobilie aufwerten und die in der Miete berücksichtigt werden müssen?
- Gehören zur Immobilie auch Büroräume, die den Wert der Immobilie steigern?
- Wie sind die Eingänge platziert, sind sie funktional für die betrieblichen Abläufe?
- Gibt es Verladerampen sowie Zufahrts- und Abstellflächen für LKW?
- Ist die Größe des Grundstücks und der Räume (jeweils für die verschiedenen Bereiche Produktion, Lage, Büro) ausreichend? Bleiben Erweiterungsmöglichkeiten?
- Wie ist der Zuschnitt der Räume?
- Weist der Mietraum technische Mängel auf?
- Auf welchem technischen Stand ist die Heizung, bzw. Be- und Entlüftungstechnik? Wie hoch sind die durchschnittlichen Energiekosten?
- Ist die Raumhöhe ausreichend?
- Mit welchen Investitionen für bauliche Renovierungen ist in den nächsten zehn Jahren zu rechnen?
- Ist mit besonderem Aufwand zu rechnen, um die Räume für die betrieblichen Prozesse vorzubereiten (Immissionsschutz, Rolltore, u.a.m.)?
- Dürfen an der Fassade Werbetransparente angebracht werden?
- Sofern erforderlich: Ist zur Absicherung der Grundstücksfläche eine Umzäunung vorhanden?
- Besteht die Möglichkeit zur Untervermietung von Teilen des Gebäudes?
- Gibt es Altlasten auf dem Grundstück oder besteht der Verdacht hierzu? Wer übernimmt die Kosten einer Altlastenuntersuchung?
- Befindet sich die Umgebung in einem ordentlichen Zustand?
- Gibt es Wohnbebauung in der Nachbarschaft, die betriebliche Abläufe als störend empfinden könnten?
- Gibt es in der Nachbarschaft Betriebe oder Verkehrswege, die für den eigenen Betrieb störend wären?
- Sind die Zufahrten und Hoffflächen für schwere LKW geeignet?
- Ist der Standort für überörtlichen LKW- und Besucherverkehr gut erreichbar?
- Sind die räumlichen Distanzen zu Lieferanten und Abnehmern akzeptabel?

[illegible]



Mietpreise des produzierenden Gewerbes

Region Friedrichshafen

	Standort mit guter Anbindung an das Verkehrsnetz		
Produktionsflächen*	4,00	bis	5,80
Lagerflächen*	2,50	bis	4,00

* Hängt ab von den Andienungs-
möglichkeiten, der Hallenhöhe,
Rangiermöglichkeiten, Standortqua-
lität, Heizung und vielen anderen
Faktoren.

Die oben genannten Werte beziehen
sich auf eine durchschnittliche
Fläche von ca. 500 qm bis ca. 1.500 qm
und eine Raumhöhe von 4 bis 6
Meter. Sonder- bzw. Spezialein-
bauten sind nicht berücksichtigt.
Diese führen in der Regel zu einer
Erhöhung des Preisesreises.

Region mittleres Schussental

	Standort mit guter Anbindung an das Verkehrsnetz		
Produktionsflächen*	3,00	bis	5,50
Lagerflächen*	2,50	bis	3,50

Region westliches Allgäu

	Standort mit guter Anbindung an das Verkehrsnetz		
Produktionsflächen*	3,50	bis	4,30
Lagerflächen*	2,00	bis	3,00

Region Sigmaringen

	Standort mit guter Anbindung an das Verkehrsnetz		
Produktionsflächen*	2,80	bis	3,80
Lagerflächen*	1,50	bis	2,50



4. Ermittlung des Mietwerts in der Gastronomie/Hotellerie

Aus der Praxis wird häufig die Frage an uns herangetragen, wie sich der Mietpreis für einen gastronomischen Betrieb bzw. Beherbergungsbetrieb ermitteln lässt.

Dabei empfehlen wir aus betriebswirtschaftlicher Sicht, die Ertragskraft des Wirtschaftsbetriebes für die Preisfindung heranzuziehen. Man spricht von der so genannten ertragskraftorientierten Pachtwertfindung (EOP-Methode). Diese Methode geht von einem zu ermittelnden Umsatz und einem daraus erwirtschaftbaren Pachtzins in Prozenten aus. Um diese Methode jedoch anwenden zu können, muss die Betriebsart von vorn herein feststehen. Handelt es sich z.B. um ein gehobenes Restaurant oder ein Cafe, eine Diskothek oder ein 2-Sterne-Hotel?

Wie ist die Vorgehensweise?

Im ersten Schritt muss der Umsatz geschätzt werden. Im Beherbergungsbereich gibt es beispielsweise Erfahrungswerte, in welchen Beherbergungskategorien welche Nettoumsätze pro Zimmer und Jahr in jeweils wiederum vergleichbaren Betriebsarten im Durchschnitt erwirtschaftet werden. Im Bereich der Schankbetriebe ist es üblich, einen bestimmten Nettoumsatz pro Stuhl und Jahr anzusetzen. So wird die Anzahl der Stühle, z. B. einer einfachen Gaststätte mit dem entsprechenden Erfahrungswert aus der Branche multipliziert. Bei der Betriebsform einer einfachen Gaststätte wird bspw. ein Stuhlumsatz angenommen, der ca. 1.000 bis max. 2.000 Euro Nettoumsatz pro Stuhl und Jahr in der Regel beträgt.

Im zweiten Schritt wird dann der Pachtzins in Prozenten ermittelt. So kann man im Bereich der Schankbetriebe einen Pachtzinskorridor definieren der je nach Einzelfall bei acht

Prozent als unteren Wert beginnt und den Wert von zwölf Prozent nicht übersteigen sollte.

In Beherbergungsbetrieben gehen die Pachtzinsansätze etwas weiter auseinander. So ist in einem einfachen Beherbergungsbetrieb (es wird unterstellt, dass ein Bad zum Zimmer gehört) ein Pachtzins von 15 bis max. 20 Prozent betriebswirtschaftlich sinnvoll. Bei gehobenem Beherbergungsbetrieben mit entsprechend auch einer umfassenderen Ausstattung wird dagegen ein Basispachtzins ab 20 bis max. 30 Prozent angenommen, und bei sehr guten Beherbergungsbetrieben kann der Pachtzins etwas 25 bis max. 30 Prozent betragen.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass im jeweiligen Einzelfall vom „Normalfall“ abweichende Kriterien bei der Findung des Pachtzinses noch zu berücksichtigen sind. In der Regel wird es im Ergebnis zu Zu- bzw. Abschlägen in Euro vom ermittelnden Pachtwert gemäß der EOP-Methode kommen. Abweichungen können sich z.B. ergeben, weil die Ausstattung des zu verpachtenden Betriebes deutlich veraltet ist oder dass z.B. ein Beherbergungsbetrieb über einen umfassenden Wellnessbereich verfügt, der nicht unbedingt den Normalfall in dieser Betriebsart darstellt.

Da auch bei der Bewertung des angemessenen Miet- bzw. Pachtwertes in der Gastronomie bzw. Hotellerie die Mikrostandortbedingungen (individuelle Lage des Objektes, Zustand der Räumlichkeiten, technischer Ausstattungsgrad, bauliche Qualität usw.) eine außergewöhnlich große Rolle spielen, sollte ggf. ein Fachmann bei der Pachtwertfindung herangezogen werden, damit ein möglichst hoher Grad an Objektivität erreicht werden kann. Bezüglich der o. g. durchschnittlichen Pachtzinsansätze sowie auch der üblichen und durchschnittlichen Nettoumsatzleistungen je Stuhl können Sie sich gerne direkt an uns wenden.



Anhang

Fundstelle für einen Geschäftsraummietvertrag

Wir haben für Sie ein Muster eines Geschäftsraummietvertrages mit den dazugehörigen Erläuterungen ins Internet gestellt. Sie finden die Datei unter www.weingarten.ihk.de, Dokument-Nr. 412

Das Standort-Firmen- und Immobilien-Infosystem:

Das Standort-Info System:

Sie suchen Gewerbeflächen in optimaler Lage?

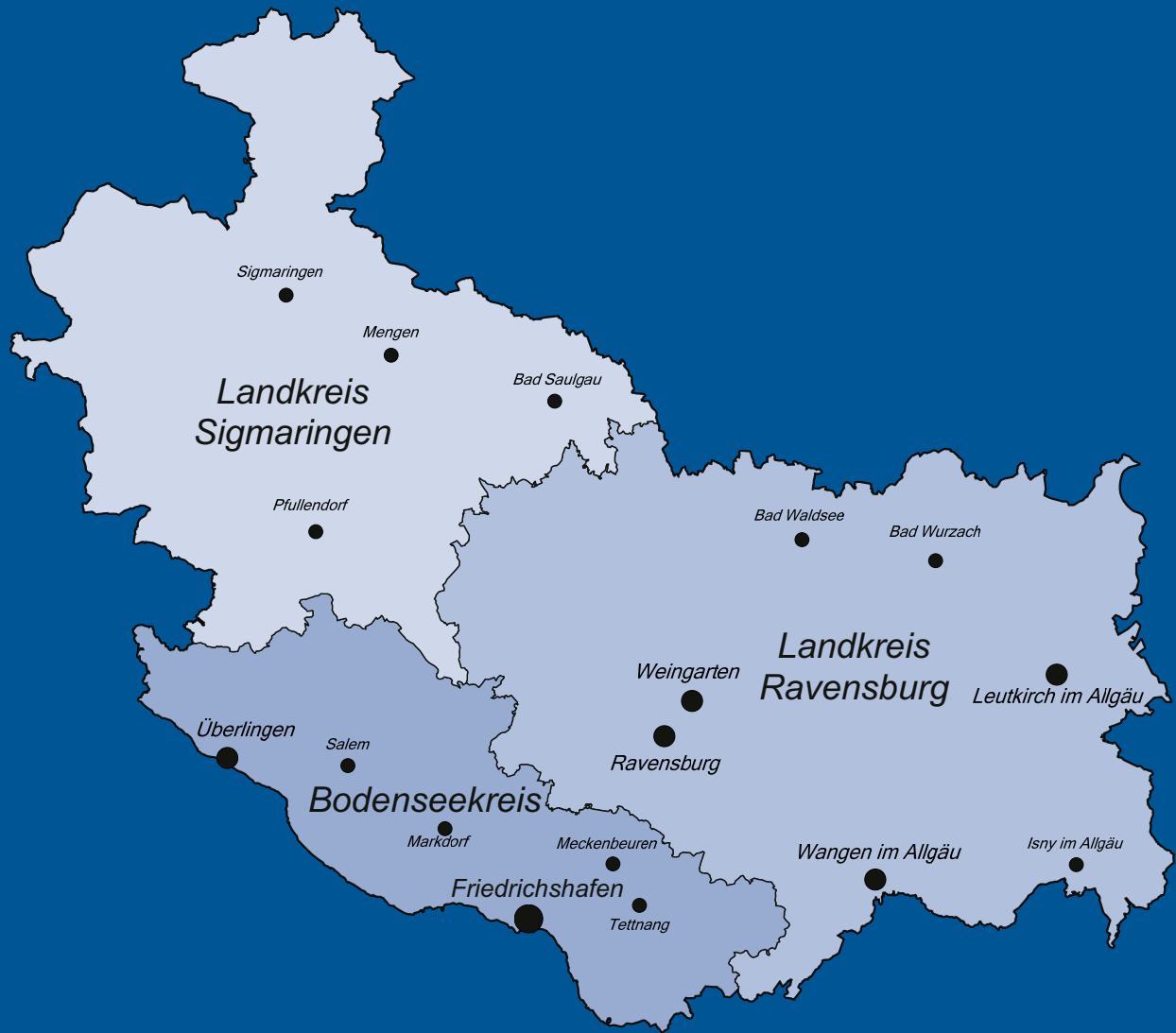
Das Firmen-Info-System:

Nutzen Sie den entscheidenden Informationsvorsprung für Ihren Geschäftserfolg. Wir bieten Ihnen eine der leistungsfähigsten und schnell wachsenden Unternehmensdatenbanken.

Das Immobilien-Info-System:

Sie wollen nicht neu bauen? Es gibt attraktive Immobilien in allen Lagen zur Miete und/oder zum Kauf. Zu diesen Themen finden Sie das passende Tool unter:

www.sisfit.de



www.weingarten.ihk.de

Schwaben sind bekannt
für ihre florierende
Wirtschaft.

Wir sind Oberschwaben.

www.erfolgsstandort.de



Industrie- und Handelskammer
Bodensee – Oberschwaben

Hier können Sie was unternehmen