



## Inhaltsübersicht

Köln Kompakt – Key Facts über den Kölner Wirtschafts- und Einzelhandelsstandort.....	1
Der Kölner Einzelhandelsmarkt .....	2
Domkloster und Wallrafplatz – die neue Beletage von Köln .....	2
Hohe Straße – Deutschlands älteste Fußgängerzone mit viel Potenzial.....	5
Die Schildergasse – Stärkste Konsumlage in der Kölner Innenstadt.....	8
Neumarkt – Mehr als nur ein Verkehrsknotenpunkt .....	10
Mittelstraße – Neue Filialisten bringen frischen Wind in die Niveaulage.....	13
Der Hohenzollernring – Party- und Einkaufsmeile zwischen Rudolf- und Friesenplatz .....	14
Ehrenstraße – Trendlage jenseits der Gentrifizierung .....	18
Schon lange kein Geheimtipp mehr – Die alternativen Lagen rund um die Ehrenstraße .....	20
Breite Straße – Attraktive Verbindungsstraße im Einflussbereich des Globetrotters .....	22
Minoritenstraße – Sich entwickelnde Lage im Schatten der großen Schwestern .....	27
Vermietungsjahr 2012/2013 – Dynamischer Vermietungsmarkt.....	28
Ausgeglichene Branchennachfrage in der Kölner Innenstadt .....	30
Steigender Filialisierungsgrad – Köln liegt im allgemeinen Trend .....	31

## Hohe Straße – Deutschlands älteste Fußgängerzone mit viel Potenzial

Deutschlands älteste Fußgängerzone liegt in Köln. Bereits 1969 wurde die bis dahin noch für den Individualverkehr freigegebene Straße in eine Fußgängerzone umgewidmet und ist seitdem eine feste Säule in der deutschen Einzelhandelslandschaft.

In wohl keiner anderen Einkaufsstraße in Deutschland gibt es eine so hohe Young-Fashion-Kompetenz wie in der Hohen Straße. In der vergleichsweise engen Straße hat sich eine Vielzahl an nationalen und internationalen Modelabels angesiedelt, die kontinuierlich durch weitere Zuzüge in die Straße ergänzt wird. Im Vermietungsjahr 2012/2013 wurden insgesamt 14 neue Vermietungen registriert.

Im Geschäftshaus Hohe Straße 68-82 wurden gleich mehrere Neuvermietungen gezielt: Das zur VF-Corporation gehörende Schuh- und Streetwear-Label Vans (150 m<sup>2</sup>), der dänische Spielwarenanbieter Lego (500 m<sup>2</sup>) sowie der US-amerikanische HiFi-Anbieter Bose (400 m<sup>2</sup>).

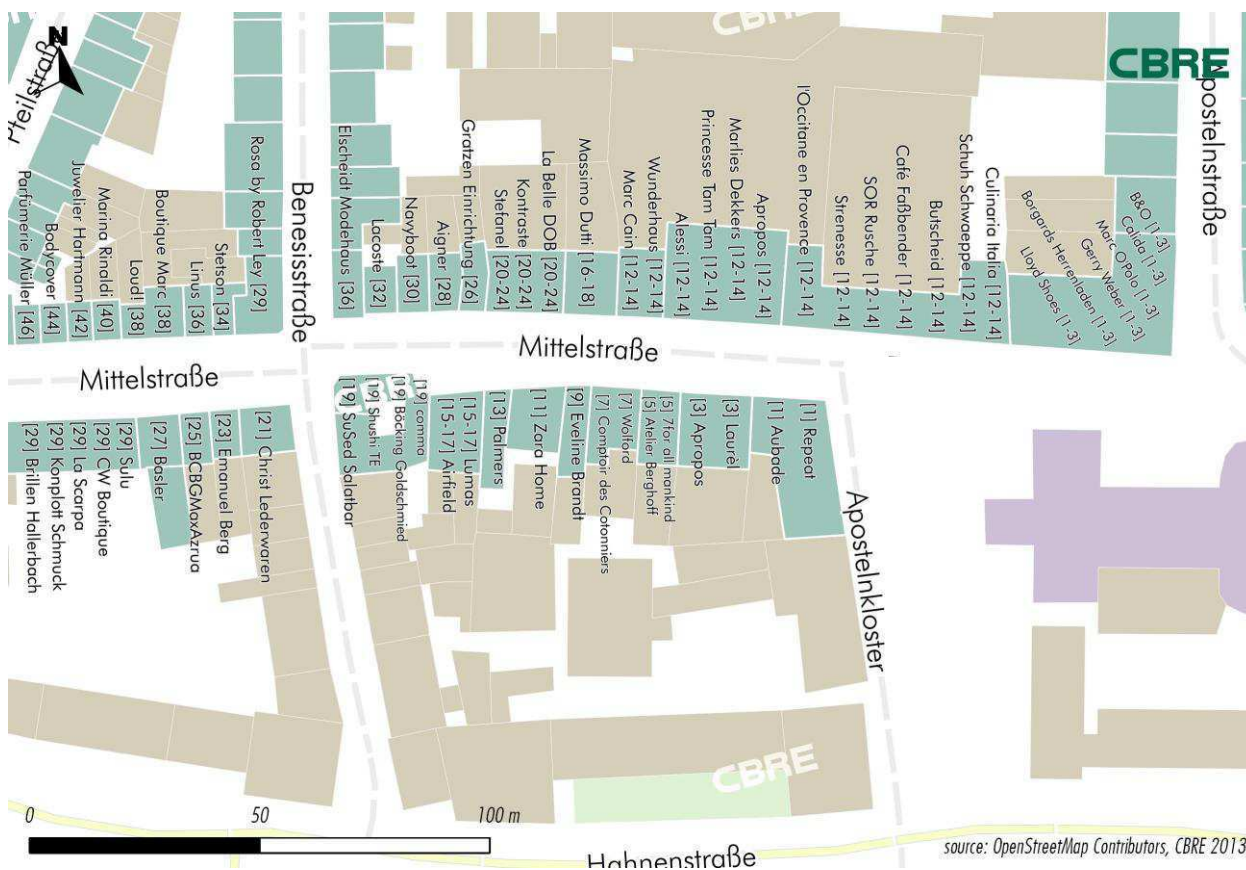
Wie die Flächengrößen bereits anzeigen, sind großflächige Vermietungen in der Hohen Straße eine Seltenheit, da die meisten Geschäftshäuser nur klein- bis mittelgroße Verkaufsflächen vorhalten. Die einzige nennenswerte, straßenzugbestimmende großflächige Immobilie ist der MediaMarkt (Hohe Straße 121). Dementsprechend sind auch die weiteren Neuvermietungen dem erstgenannten Flächenclustern zuzuordnen. In der Hohen Straße 110 mietete der Telekommunikationsanbieter ISI Mobile ein 250 m<sup>2</sup> großes Geschäft. In direkter Nähe (Hohe Straße 113) sicherte sich das Fashion-Label Projekt 11 einen 200 m<sup>2</sup> großen Laden und direkt gegenüber (Hohe Straße 114) das italienische Lingerie-Konzept Intimissimi weitere 195 m<sup>2</sup>. Im Ladenlokal Hohe Straße 116 siedelte sich das Schmuckkonzept Konplott auf 80 m<sup>2</sup> an. Die anschließenden zwei Neuvermietungen entfielen auf das deutsche Casualwear-Label Tom Tailor (300 m<sup>2</sup>) in der Hohen Straße 137 und Schiesser in der Hohen Straße 52-58.

Zu den jüngsten Vermietungen in der Hohen Straße zählt das deutsche Sneaker-Label Snipes, das sich rund 340 m<sup>2</sup> in der Hohen Straße 100-102 sichern konnte. Ebenfalls neu auf der Hohen Straße ist das französische Kosmetik-Konzept L'Occitane en Provence. Abschließend konnte das britische Schuhgeschäft Office Shoes einen 430 m<sup>2</sup> großen Store in der Hohen Straße 104 anmieten und folgt damit H&M Men.

Die konstant hohe Nachfrage nach modernen Einzelhandelsflächen hat zur Folge, dass ein immenser Kostendruck auf die Mieter entsteht, sodass verschiedene Filialisten sich gegenseitig verdrängen. Damit wandelt sich das Straßenbild der Hohen Straße kontinuierlich. Nur noch wenige Konzepte wie z. B. Juwelier Müller erinnern daran, dass die Hohe Straße einst die Niveaulage Kölns war, die vor allem durch inhabergeführte Geschäfte geprägt wurde. Das Traditionsgeschäft Silber und Bestecke Becker wird nach 130 Jahren aus Altersgründen schließen.

Derzeit ist ein interessantes Marktphänomen zu beobachten: Eine hohe Flächennachfrage trifft auf ein großes Flächenangebot. Jedoch entspricht dieses Flächenangebot nicht mehr den aktuellen Ausstattungsanforderungen, so dass die Flächen nicht ohne weiteres neu vermietet werden können. Um Spitzenmieten zu realisieren, müssen Layout, Frontsituation, Deckenhöhe und Geschossigkeit der Objekte

Abb. 10: Lageplan Mittelstraße



Kartengrundlage: [OpenStreetMap Contributors](#), CBRE 2014

### Der Hohenzollernring – Party- und Einkaufsmeile zwischen Rudolf- und Friesenplatz

Der Rudolfplatz und der Hohenzollernring stellen das westliche Ende des Kölner Shopping-Rundlaufs dar. Hier treffen die Einzelhandelslagen der Kölner City auf das szenige und individuelle Belgische Viertel, einem der trendigsten Wohnquartiere in der Kölner Innenstadt mit ansprechender Architektur. In diesem Spannungsfeld ist zwischen dem Rudolfplatz im Süden und dem Friesenplatz im Norden eine Party- und Einkaufsmeile entstanden, die über die Stadtgrenzen hinaus bekannt ist.

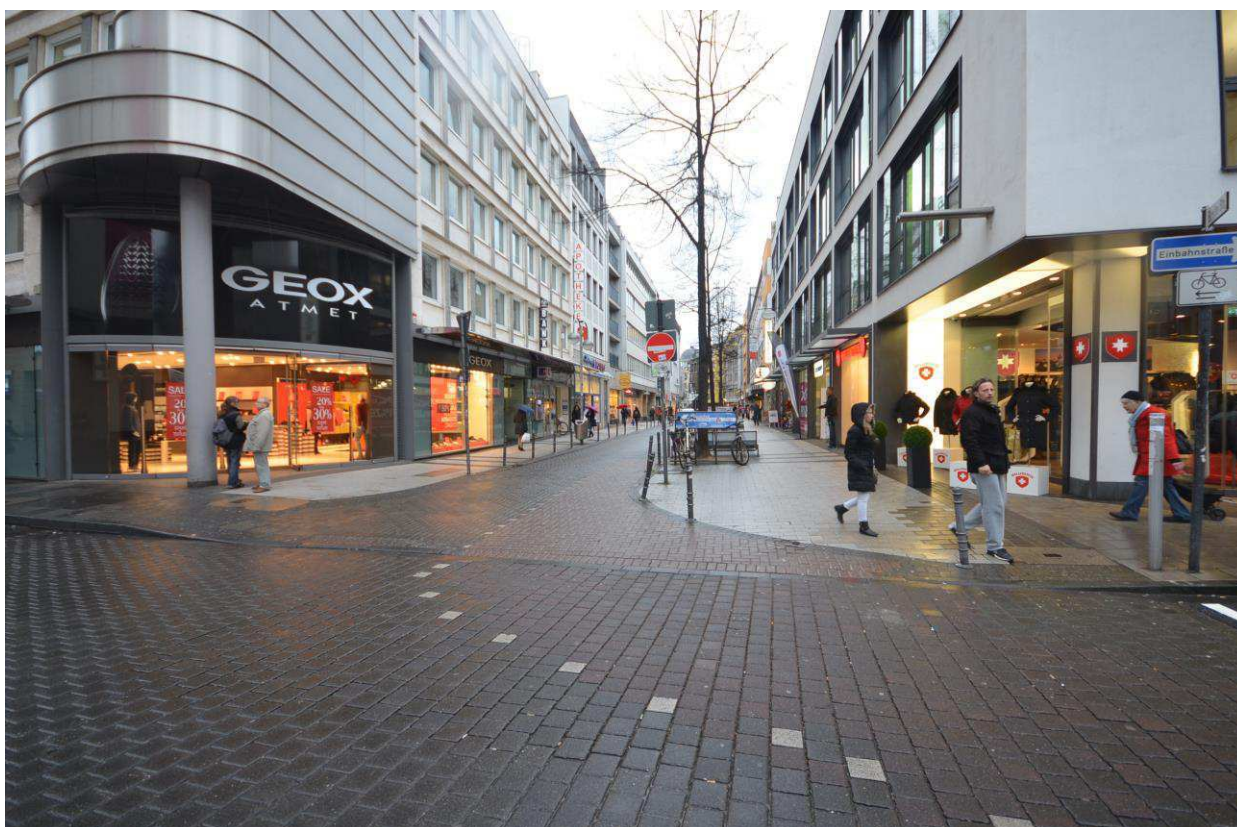
Dabei muss aber auch hier deutlich zwischen den Straßenseiten unterschieden werden. Die östliche Seite, also die der Kölner City zugewandten Seite, ist die Handelsseite, die westliche, dem Belgischen Viertel zugewandte Seite, die Gastronomieseite.

Die Handelsseite des Hohenzollernrings ist nicht mit der benachbarten Mittelstraße vergleichbar. Sie ist vielmehr eine hochfrequentierte Nahversorgungsanlage, die nicht nur die Bewohner des Belgischen Viertels versorgt, sondern auch das partyhungrige Publikum. Zu den Hauptmietern der Handelsseite zählen u.a. dm-Drogeriemarkt, Rossmann oder Rewe. Der Magnet am nördlichen Ende des für den Einzelhandel relevanten Teil des Hohenzollernrings in unmittelbarer Nähe zum Friesenplatz ist eine 700 m<sup>2</sup> große Filiale von Strauss Innovation. Kinos, Bars und Clubs sorgen in den Abendstunden für Unterhaltung.

doch schwer haben wirklich Vermietungs- und Attraktivitätsimpulse zu setzen. Dieser relative Wettbewerbsnachteil ist in der Vergangenheit nur durch massiven Projektentwicklungsaufwand kompensiert worden, in dem es gelungen ist zugkräftige, großflächige Magnetmieter zu akquirieren. Als positives Beispiel für eine positive Neuausrichtung eines Shopping-Centers muss die *Neumarkt Galerie* erwähnt werden. Das Shopping-Center selbst als auch das gesamte Umfeld wird von der Neukonzeption profitieren.

Dabei ist festzustellen, dass es an der Breiten Straße nicht an Flächennachfrage vonseiten der nationalen und internationalen Einzelhändler fehlt, sondern das fehlende Flächenangebot eine Expansion oftmals erschweren oder in Einzelfällen sogar verhindern konnte. Dieses Faktum kann durchaus als Chance für die beiden genannten Center gesehen werden, jedoch wird dies nicht ohne erhöhten Projektentwicklungsaufwand möglich sein, um moderne und vor allem zum Hauptlauf der Breiten Straße zugängliche Verkaufsflächen anzubieten.

**Abb. 16: Impression: Breite Straße**



Quelle: CBRE 2014