

2024/2025



Frankfurt.

LÜHRMANN



FRANKFURT HAT GUTE AUSSICHTEN

+++ Dennoch bleibt die Marktstruktur herausfordernd

Frankfurt am Main ist als zentrale Stadt der Rhein-Main-Region ein bedeutender Wirtschafts- und Finanzstandort in Deutschland und Europa. Mit mehr als 5,5 Millionen Einwohnern in der Metropolregion gehört die Stadt zu den größten und einflussreichsten urbanen Zentren des Landes. Die Finanzwelt nimmt dabei eine herausragende Rolle ein: Frankfurt ist Heimat von rund 200 Kreditinstituten, darunter die **Europäische Zentralbank**, die **Deutsche Bank** und die **Asian Development Bank**. Auch die **Deutsche Börse**, einer der größten Aktienhandelsplätze der Welt, hat ihren Sitz in Frankfurt, was die Stadt zu einem global wichtigen Finanzstandort macht.

Der **Flughafen Frankfurt** ist ein entscheidender Treiber für die wirtschaftliche Bedeutung der Stadt. Als einer der verkehrsreichsten Flughäfen Europas trägt er zur hohen Attraktivität Frankfurts für internationale Geschäftsreisende

und Touristen bei. Insbesondere asiatische Reisende nutzen Frankfurt häufig als Ausgangspunkt für ihre Europareisen und verbinden diese mit einer Einkaufstour in der Innenstadt.

Trotz dieser starken wirtschaftlichen Grundlage hat Frankfurt auch die Herausforderungen der letzten Jahre zu bewältigen. Die Corona-Pandemie hat den Einzelhandel erheblich getroffen, während der wachsende E-Commerce und die Konsolidierung vieler Einzelhandelsunternehmen zu einem Überangebot an Handelsflächen geführt haben. In einigen Bereichen führte dies zu sinkenden Mietpreisen und einer Anpassung des Einzelhandelsangebots.

Lesen Sie hier, wie sich der Markt weiterentwickelt hat und warum wir Frankfurt in Gänze dennoch gute Aussichten attestieren.



773.068

Einwohner



110,8

Kaufkraft-
niveau



106,8

Zentralitäts-
kennziffer



116,9

Umsatz-
niveau

INTERVIEW

+++ Dr. Kevin Meyer, Geschäftsführer der Midstad Advisory GmbH über das neue Weltstadthaus auf der Frankfurter Zeil

Das Weltstadthaus auf der Zeil wird umgestaltet und in eine Multi-Use-Immobilie verwandelt. Neben dem Hauptmieter P&C sind auch Freizeitmöglichkeiten, Arbeitsräume, Gastronomie, Unterhaltung, Sport, Kultur und gewerbliche Apartments geplant. Zudem wird eine Bildungseinrichtung in Erwägung gezogen. Mit diesem Konzept von Midstad Frankfurt entsteht ein vielseitiger Nutzungsmix, der sowohl das Gebäude als auch das umliegende Viertel tagsüber belebt. Dr. Kevin Meyer stand Lührmann für ein kurzes Interview bereit.

Wo sehen Sie die Frankfurter 1A-Lage im bundesweiten Vergleich?

„Frankfurt ist eine weiterhin wirtschaftlich funktionierende Stadt mit großem Einzugsgebiet, was ihre Lage zu einer der stärksten Deutschlands macht.“

Was sind Ihrer Meinung nach die Stärken und die Schwächen Frankfurts? Welche Herausforderungen sehen Sie?

„Stärken: Die gute Anbindung an den ÖPNV, die Kompaktheit. Schwächen: Sauberkeit und Sicherheit sind ausbaufähig. Herausforderungen: Die Etablierung eines funktionierenden Nutzungsmixes in der Innenstadt. Sehr viele Nutzungskluster müssen miteinander verbunden und vermischt werden.“



Bitte berichten Sie uns Näheres zu Ihrem Projekt Weltstadthaus auf der Zeil. Was waren die ausschlaggebenden Gründe für die Neukonzeptionierung?

„Der Handel braucht andere Flächen bzw. teilweise andere Flächenlayouts. Das Gebäude muss ESG-konform sein.“

Was ist hier genau geplant?

„Die Erweiterung der Nutzungsflächen, Etablierung eines funktionierenden Nutzungsmixes, bestehend aus Retail, Hotel, Büro, sowie Angeboten für Gesundheit/Sport/und Freizeit.“

Was sind gerade die größten Herausforderungen für Sie als Entwickler?

„Die Geschwindigkeit der erforderlichen Genehmigungen.“

Was und wo shoppen Sie am liebsten?

„Im Urlaub, da zeitlich flexibler.“

Dr. Kevin Meyer
Geschäftsführer
Midstad Advisory GmbH



FRANKFURT BEWEGT SICH: HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN FÜR DEN EINZELHANDELSMARKT

DIE HANDELSLAGEN

Die Pandemie hat besonders touristisch geprägte Städte wie Frankfurt schwer getroffen. Das ausbleibende internationale Publikum und die fehlenden Besucher aus dem Umland haben den Tourismus während der Einreiserestriktionen und Öffnungsbeschränkungen erheblich beeinträchtigt.

Die wirtschaftlichen Folgen waren für viele Branchen dramatisch, da sowohl der Einzelhandel als auch die Gastronomie und Hotellerie direkt von den Besucherzahlen abhängig sind. Im Jahr 2021 lagen die Besucherzahlen bis zu 50 % unter dem Niveau der Vorjahre, und das ständige Hin und Her zwischen Lockdowns und Öffnungen war in Frankfurt überall spürbar.

Ein weiterer spürbarer Nachhall der Pandemie ist der Trend, vermehrt im Homeoffice zu arbeiten, was die Lebendigkeit der Stadt beeinträchtigt. Vor allem Gastronomiebetriebe und Einzelhändler leiden unter dieser Entwicklung.

Aufgrund der politischen und wirtschaftlichen Situation auf internationaler und nationaler Ebene bleibt das Marktumfeld herausfordernd. Ursachen dafür sind, neben den Auswirkungen der Pandemie, die anhaltenden Konflikte im Nahen Osten und in der Ukraine sowie die Inflation, die zu einer deutlichen Steigerung der Lebenshaltungskosten und Betriebsausgaben geführt hat. Diese vielschichtigen Herausforderungen beeinflussen sowohl das Kaufverhalten der Verbraucher als auch der Unternehmen und beeinträchtigen die Erholung der Märkte.

Trotz der Herausforderungen der letzten Jahre ist das Vertrauen vieler Unternehmen in den Standort ungebrochen, was sich in Neueröffnungen und einer anhaltend hohen Nachfrage seitens des Einzelhandels zeigt. Insbesondere Luxusmarken haben aufgrund der hohen Kaufkraft in der Region sowie der zentralen Lage in Europa ein nachhaltiges Interesse an Frankfurt.

Dennoch bleibt die tatsächliche Anmietung aufgrund der spezifischen Anforderungen an Lage und Immobilien oft ein langwieriger Prozess. Frankfurt reagiert mit einer Vielzahl aktueller und geplanter Projektentwicklungen, um den Bedarf zu decken.

Die Handelslagen im Wandel

Frankfurt segmentiert sich stark in den verschiedenen Lagequalitäten in den Bereichen Konsum, Premium und Lifestyle sowie Luxus. Lagen, deren Mieterstrukturen sich nicht klar definieren, wie beispielweise der Roßmarkt, die Neue Kräme und die Liebfrauenstraße, die Kaiserstraße im vorderen Teil sowie auch die Biebergasse, tun sich trotz einer vergleichsweise hohen Passantenfrequenz schwerer, attraktive neue Einzelhandelsmieter zu gewinnen. Dennoch konnte Lührmann zuletzt zwei Abschlüsse in der Kaiserstraße generieren. **Kauf Dich Glücklich** übernahm **Weekdays**, eine Marke der **H&M** Gruppe. Und **Görtz** übernahm **Soer Rusche**, überraschenderweise beides Handelsmarken, die zuletzt mit erheblichen Herausforderungen zu kämpfen hatten.

In der Schillerstraße hat sich ein sichtbarer Wandel vollzogen, der durch die Pandemie beschleunigt wurde. Vormalig war die Lage lange als Mischlage aus trendigem Einzelhandel und Gastronomie etabliert. Nunmehr wurden die Leerstände vollständig an filialisierte als auch individuelle Gastronomen wie „**Nonno Pizza e Pasta**“ vermietet. Die Eigentümer haben den Aufwand einer aufwändigen Umnutzung verständlicherweise erstmal gescheut, wurden dann aber durch die anhaltenden Leerstände dazu gezwungen umzudenken und Zugeständnisse zu machen.

Auch die Neue Kräme/Liebfrauenstraße als Verbindung zwischen der Hauptwache/Zeil und dem charmant neu erbauten Dom/Römer-Areal leidet unter einer unklaren Definition, die sie für viele Einzelhändler unattraktiv macht. Andere Unternehmen wiederum trauen sich in die Lage. So wurde jüngst der Eckladen an der Berliner Straße von der hessischen Kultmarke **Alpha Industries**, bekannt für ihre Bomberjacken, angemietet. Am Liebfrauenberg wurde das Objekt Bleidenstraße 1 von der **MEAG** umfassend modernisiert: Es hat nun eine klare neue Mieterstruktur mit den Konzepten **Cheese & more**, **Konplott**, **Espresso House** sowie der Taschenmarke **Freitag**.

Eine einzigartige Neuanmietung erfolgte an der Stelle durch die Beratung von Lührmann an die deutsche Traditionsmarke **Fissler**, die einen Flagship-Erlebnisstore auf rund 340 Quadratmeter Verkaufsfläche mit Showküche am Standort realisiert hat. Dies ist eine stimmige Bereicherung der Lage, die von der Nähe zur beliebten Kleinmarkthalle profitiert.

Eine besonders lang andauernde Umstrukturierungsphase erfährt aktuell die ungerade Seite des Roßmarktes inmitten der Innenstadt. Hartnäckige Leerstände und die Großbau-



Liebfrauenberg, Frankfurt

stelle an der prägnanten Ecklage „An der Hauptwache 1“ führen zu einem veränderten Passantenlauf, der sich vor allem auf die gegenüberliegende gerade Hausnummernseite des Roßmarktes verlagert hat, welcher traditionell über einen vergleichsweise abgeschwächten Handelsmietermix verfügt.

Die Leerstände sind ausgelöst durch Objekte, welche modernisiert werden, modernisiert werden müssen oder bereits modernisiert wurden sich aber durch zu hohe Mietforderungen nicht vermieten lassen. Somit beeinträchtigen andauernde Leerstände die Wahrnehmung des Roßmarktes, wenngleich sich auch attraktive Handelskonzepte seit vielen Jahren in dieser Lage etabliert haben, wie beispielsweise das Fotofachgeschäft **Leistenschneider**, **Urban Outfitters** oder **Fielmann**. Der Optiker hatte die Filiale in Zeiten der Pandemie sogar über das Obergeschoss erweitert.

Weiterhin gab es gleich drei Neuanmietungen am Roßmarkt: **Shaping New Tomorrow**, die Frankfurter **Sparkasse** sowie **Swatch**. **Swatch** hat hier die **Dr. Martens**-Fläche übernommen und **Dr. Martens** wiederum konnte folglich die profitable Filiale am Roßmarkt 15 gegen eine größere Dependence an der hoch frequentierten Zeil 86 tauschen. **Swatch** hingegen hat den Standort auf der Zeil verlassen.

Bedarf an geeigneten Verkaufsflächen bleibt hoch

Vodafone hat die ehemalige **Swatch**-Filiale übernommen und verkleinert das Geschäft in prägnanter Ecklage neben **Iqos**, die sich nach langer Suche entschieden haben, in der Bestandsfiliale auf der Zeil zu bleiben. **Rituals** nutzte die einmalige Gelegenheit und übernahm den ehemaligen **Vodafone** im besten Stück der Zeil - mit doppelgeschossiger Fassade und etwa 530 Quadratmeter Ladenfläche ein echter Flagshipstore!

Søestrene Grene hat durch die Insolvenz von **Görtz** den Kombistore an der Konstablerwache verloren und sucht seitdem nach einer neuen adäquaten Filiale. Dafür hat **SportScheck** die Gelegenheit genutzt und diesen prägnanten Standort an der Konstablerwache langfristig gesichert. **Mammut** hat seinen Flagshipstore an der Konstablerwache an das österreichische Skater-Label **blue-tomato** übergeben. **Zalando** ist in den ehemaligen **Samsung**-Store eingezogen, während **Apollo-Optik** seinen neuen Flagshipstore in den Räumlichkeiten des früheren **s.Oliver**-Stores eröffnet hat.



Zeil, Frankfurt

Snipes hat großflächig neben **Breitling** angemietet und sich, wie auch **SportScheck**, bewusst für eine Lageverbesserung von der Schäfergasse auf die stark frequentierte Zeil entschieden und sich dabei massiv vergrößert. **Eckerle** ist nun nicht mehr in Frankfurt vertreten. Eine weitere prägnante Neuanmietung ist die interimistische Nutzung der **Karstadt**-Filiale Zeil 106-110 durch die Young Fashion Marke **Bershka**, die zur **Inditex**-Gruppe gehört. Mit rund 4.000 Quadratmetern, die größtenteils als Verkaufsfläche dienen sollen, ist es die größte **Bershka**-Filiale in Europa. Die ehemalige **Bershka**-Filiale im Eingangsbereich von **MyZeil** hingegen wird künftig von **JD Sports** betrieben und ist nach London die größte Filiale in Europa.



Zeil, Frankfurt

Nun prägen „nur“ noch zwei großvolumige Immobilienentwicklungen das Bild der Zeil – das leerstehende ehemalige „Zara Haus“, Zeil 72-78, an der Konstablerwache, welches auf eine Neupositionierung wartet, sowie die ehemalige **Esprit**-Filiale, Zeil 121, welche aktuell umgebaut wird, um den heutigen Anforderungen, insbesondere hinsichtlich der Flächenbedürfnisse der Einzelhändler, gerecht zu werden. Manche Passanten werden den Eindruck haben, der Einzelhandel befinde sich in einer existenziellen Krise. Ganz so dramatisch ist es aber nicht. Immobilienentwicklungen benötigen Zeit, auch wenn man sich an der einen oder anderen Stelle ein dynamischeres Vorgehen wünschen dürfte. Der Bedarf der Einzelhändler an geeigneten Verkaufsflächen jedoch bleibt auch auf der „konsumorientierten“ Zeil weiterhin hoch.



Zeil, Frankfurt

INTERVIEW

+++ Wir denken Gebäude immer als langfristige Ressource.



Kay Mack
Dipl.-Ing. Architekt
Geschäftsführer | Managing Partner
MACK SPACES GmbH

Herr Mack, MACK SPACES hat sich einen Namen gemacht mit der Verbindung von Architektur und Innenarchitektur. Wie gelingt es Ihnen, Räume zu gestalten, die sowohl ästhetisch als auch funktional überzeugen?

„Unsere Herangehensweise bei MACK SPACES beginnt immer mit dem Menschen und der Frage, wie die Räume, die wir schaffen wollen, das Wohlbefinden der Nutzer unterstützen können. Gerade durch unsere Interieur-Projekte im Laufe unserer Bürogeschichte sind wir sozusagen Experten in Sachen architektonischer Mikrokosmos und Atmosphäre geworden und haben gelernt, dass nur, wenn diese stimmen, sich Menschen gerne aufhalten. Es ist vielleicht dieser intensive Blick auf die Aufenthaltsqualität, den auch unsere Kunden spüren.“

Sie haben zahlreiche Retail- und Gastronomieprojekte umgesetzt und sind in diesem Bereich auch beratend tätig. Was ist das Geheimnis hinter erfolgreichen Konzepten und was ist kontraproduktiv?

„Wer sich gerne irgendwo aufhält, sich wohlfühlt, konsumiert auch mehr. Das ist ein ganz einfacher Grundsatz für erfolgreichen Einzelhandel, erfolgreiche Gastronomie und andere Nutzungen, an den wir uns immer halten. Wer das beachtet, wird belohnt. Dies gilt im Übrigen auch für alle Flächen, die von außen einen direkten atmosphärischen Einfluss auf Projekte ausüben. Und da kommen wir ganz schnell zum Mikrokosmos vor der Tür, zum öffentlichen Raum. Da

muss man leider von einer landesweiten ästhetischen Krise sprechen. Der öde Straßenraum mit schweinchenrosa Radwegen, hässlichen Pollern und kafkaeskem Schilderwald, der verwahrloste Leerstand nebenan mit 20 Metern grauem, schmutzigem Schaufenster – all dies ist allgegenwärtig und wird in seiner fatalen Gesamtwirkung auf Konsumenten völlig unterschätzt. Da möchte niemand in der Nähe sitzen, da möchte niemand kaufen, da möchte niemand hin. Es sollte Anreize geben oder, wenn es nicht anders geht, auch Sanktionen für Vermieter, damit Leerstand effektiver bekämpft wird. Die Kommunen müssen ihre Städte endlich als Visitenkarten und als „Gast-Räume“ betrachten, mit denen sie Steuern erwirtschaften, und alles dafür tun, dass die Aufenthaltsatmosphäre stimmt.“

Der Einzelhandel befindet sich im Wandel. Welche Veränderungen und Voraussetzungen sehen Sie als erfolgversprechend an?

„Der Einzelhandel muss sich neu definieren und weg von bloßen Verteilerflächen hin zu Erlebniskonzepten entwickeln. Das ist klar, und das liest man überall. Dies bezieht sich aber nur auf das Erlebnis innerhalb der Flächen. Wir sehen jedoch eine echte Chance des Retail in der Rückbesinnung auf kleinere Flächengrößen, zusammengefasst in abwechslungs- und erlebnisreichen horizontalen Konglomeraten. Im Grunde das, was die Innenstädte bis in die 50er, 60er Jahre waren. Zurzeit haben wir dort eine konzerndominierte Monostruktur. Die Citys sollten sich aber wieder einem breiteren Mieterspektrum öffnen, um Vielfalt zu bekommen. So könnten sie auch wie-

der ihr eigenes Gesicht entwickeln, denn, seien wir ehrlich, die Innenstädte unterscheiden sich kaum noch voneinander.“

Nachhaltigkeit ist in der Baubranche allgegenwärtig. Was bedeutet diese für Sie? Wie setzen Sie bei MACK SPACES innovative Konzepte um, um Gebäude zukunftsfähig zu gestalten?

„Da wir hauptsächlich mit Bestandsgebäuden arbeiten und immer versuchen, viele Bauteile in neuem Kontext zu erhalten, haben wir eigentlich schon immer nachhaltig gearbeitet, ohne uns so richtig darüber bewusst zu sein. Wir achten auf nachhaltige Materialien und die Wiederverwendung bestehender Strukturen und Materialien. Mit jeder bestehenden Wand, die wir in unseren Entwürfen integrieren, konservieren wir schließlich graue Energie. Wir denken darüber hinaus, Gebäude für unsere Kunden immer als langfristige Ressource und achten auf hohe Wandlungsfähigkeit und gute Wiederverkaufsmöglichkeiten, damit unsere Arbeiten auch bei sich ändernden Nutzungsanforderungen noch Bestand haben. Wir haben gelernt, den Bestand nicht zuerst als Hindernis aufzufassen, sondern vielmehr als Chance, etwas Individuelles zu schaffen. Häufig ergibt sich als Belohnung gerade aus der Verbindung des Alten mit dem Neuen ein ganz besonderer Charme.“

Was treibt Sie persönlich in Ihrer Arbeit an, und welches Ziel verfolgen Sie mit Ihren Projekten?

„Ganz schlicht: die Umgebung im Kleinen für unsere Kunden und damit auch für uns ein bisschen schöner zu machen. Dabei geht es mir nicht um die große Geste, sondern mehr um liebenswürdige Details, die einen Raum lebendig machen können. Es ist ein großartiges Gefühl, wenn Menschen sich in einem Raum, den wir gestaltet haben, wohlfühlen.“



Restaurant Green Thai, Frankfurt



Hoppenworth & Ploch Craft Coffee, Frankfurt



Lilith Concept Store Naturkosmetik, Frankfurt

Frankfurt.

„Fressgass“

2022	2024
*200€ / qm	*230€ / qm
Fußgängeraufkommen im Zeitraum 15.9.-15.10.2022 15.9.-15.10.2024	
817.069 Personen	755.827 Personen

Goethestraße

2022	2024
*350€ / qm	*400€ / qm
Fußgängeraufkommen im Zeitraum 15.9.-15.10.2022 15.9.-15.10.2024	
305.556 Personen	278.893 Personen

Steinweg

2022	2024
*180€ / qm	*200€ / qm

Kaiserstraße

2022	2024
*120€ / qm	*120€ / qm

Zeil

2022	2024
*260€ / qm	*280€ / qm
Fußgängeraufkommen im Zeitraum 15.9.-15.10.2022 15.9.-15.10.2024	
2.125.344 Personen	1.847.500 Personen

Liebfrauenstraße/ Neue Kräme

2022	2024
*100€ / qm	*100€ / qm

Roßmarkt

2022	2024
*120€ / qm	*120€ / qm

Zwischen Trends, Herausforderungen und Entwicklungen

Generell beobachten wir in Deutschland, wie auch international, zwei gegenläufige Trends: Konzepte, die im Handelssegment Konsum großvolumig aufgestellt sind, reduzieren den Flächenbedarf. Im Luxussegment erhöht sich der Flächenbedarf. Luxusmarken streben nach repräsentativen Räumlichkeiten im besten Teil des Mikrokosmos der Goethestraße, um ein besonderes Markenerlebnis kreieren zu können. Fast-Fashion-Retailer wie **Mango** oder **H&M** tendieren in Teilen dazu, sich kleiner zu präsentieren als noch vor einigen Jahren. Ein direkter Vergleich ist jedoch nicht möglich, da der Flächenbedarf der beiden Kategorien Konsum und Luxus nicht vergleichbar ist. Konzepte, die auf Konsum ausgerichtet sind, reagieren preissensibler, weshalb die Mieten in diesen Lagen eher stagnieren oder teilweise sogar sinken.



Goethestraße, Frankfurt

Im Luxussegment sind die Mieten in den Toplagen seit Corona deutlich gestiegen, während sie in den weniger gefragten Premium- und Luxuslagen gesunken sind. Mehr denn je ist die Lage für Einzelhändler von entscheidender Bedeutung, da sie in einem angespannten Marktumfeld verstärkt auf die Sicherheit einer hochwertigen Standortqualität setzen. Der anhaltende Nachfrageüberhang im Luxussegment und das begrenzte Immobilienangebot haben dazu geführt, dass die seit der Pandemie hartnäckigen Leerstände vom Horst-Lippmann-Platz bis zum Opernplatz nun fast vollständig beseitigt sind.



Goethestraße, Frankfurt

Dennoch verläuft diese Entwicklung langsam und organisch, da Luxusmarken grundsätzlich den Kampf um die beste Lage vorziehen.

Umso erfreulicher, dass **Loro Piana** sich für eine langfristige Ansiedlung im hinteren Bereich der Goethestraße entschieden und damit ein klares Zeichen für die Attraktivität des Standorts gesetzt hat. Die Präsenz von **Loro Piana** auf rund 400 Quadratmeter Verkaufsfläche lässt hoffen, dass dieser Teil der Goethestraße künftig auch für andere Luxusmarken an Bedeutung gewinnt. Zuvor hatte die Marke ihre Boutique an der vorderen Goethestraße 11, neben der Schwestermarke **DIOR** an **Cartier** abgegeben. **Cartier** nutzte die Gelegenheit, sich zu vergrößern und übernahm zusätzlich die angrenzende Boutique.

Weitere Bewegungen auf der Goethestraße gab es in kleineren Ausprägungen – **Diptyque Paris** hat die Handelsfläche in der Goethestraße 12 von **Golden Goose** übernommen, welche sich vergrößert und **7forallmankind** bezogen haben. Diese wiederum sind in den Store Goethestraße 35 von **Uli Knecht** gewechselt. **Van Cleef & Arpels** hat 250 Quadratmeter der **Burberry**-Boutique auf der Goethestraße 26-28 angemietet. **Kiton** hat die Boutique Goethestraße 32 übernommen, die vormals von **Hackett** genutzt wurde und unter einer längeren Leerstandsphase gelitten hat. **Hackett** wiederum hat eine Fläche in der angrenzenden Handelsagglomeration **MARO** angemietet. Das Projekt ist eines der drei benachbarten Handelsobjekte, die vor einigen Jahren angrenzend zur Goethestraße entwickelt wurden, um das Handelsangebot in dieser exklusiven Lage zu erweitern.

Handelslagen lassen sich jedoch nicht einfach replizieren. Häufige Mieterwechsel und Leerstände haben hier lange das Bild bestimmt, obwohl die Flächen mit großzügigen Deckenhöhen und ansprechenden Schaufensterfassaden durchaus attraktiv gestaltet worden sind. Endlich zeichnet

Großprojekte wie „Flare of Frankfurt“ schaffen neue Perspektiven

sich an dieser Stelle eine Stabilisierung des Mieterbesatzes ab, dank wertvoll ergänzender Konzepte wie **Suit Supply** und **Buressi**, einem gut sortierten Multibrandstore. Es bleibt zu hoffen, dass sich diese positive Entwicklung fortsetzt, sodass die modernen Flächen den Bedürfnissen der Konsumenten nach einem frischen und innovativen Angebot aus Einzelhandel und Gastronomie gerecht werden.

Auf der etablierten „Fressgass“, die parallel zur Goethestraße verläuft, gab es ebenfalls Neuvermietungen. **Läderach** konnte sich von der hinteren Zeil lösen und hat einen passenden Standort auf der „Fressgass“ in Richtung Biebergasse gefunden. Außerdem hat die Luxus-Trendmarke **Dsquared2** eine neue Fläche auf der Große Bockenheimer Straße 24 angemietet, die vormals von **Peter Kaiser** genutzt wurde. Zudem wird das Immobilienprojekt an der Große Bockenheimer Straße 24-28, neben **Apple** gelegen, zukünftig die Dependence von **JOOP!** und **Nespresso** sein. **Nespresso** verkleinert sich dabei von ca. 1.000 auf 200 Quadratmeter Verkaufsfläche und überlässt **Cadillac** den Standort am Goetheplatz 5-10. Auch wenn sich **Tesla** mittlerweile von der Highstreet zurückgezogen hat, drängen weiterhin Elektroautomarken in die prominenten Handelslagen der Stadt. So hat kürzlich die Luxus-Elektroautomarke **Lucid** eine Fläche auf dem Goetheplatz 4, gegenüber dem **Cadillac**-Flagshipstore, bezogen. Vormals wurde die Fläche von **Hallhuber** genutzt.

Eine imposante Neuvermietung ist **Uniqlo** in der großvolumigen Projektentwicklung **Taurus** an der Biebergasse 6-10. Der Presse zufolge hat das japanische Bekleidungsunternehmen rund 2.500 Quadratmeter angemietet und soll im 3. Quartal 2025 eröffnen. In dieser Lage vermarktet Lührmann exklusiv die Biebergasse 2, einst ein etablierter Standort von **Wormland** in prominenter Ecklage.

Eine weitere erwähnenswerte Entwicklung zwischen der Goethestraße und dem Bankenviertel ist das „**Flare of Frankfurt**“. Das Großprojekt umfasst vier neue Türme und mehr als 213.000 Quadratmeter hochwertiger Flächen, die einen ausgewogenen Mix aus Büro, Wohnen, Einzelhandel und Gastronomie bieten. Ein unterirdischer **Edeka**-Lebensmittelmarkt ist bereits als Mieter gesetzt.

Für viele Besucher wirkt Frankfurt derzeit wie eine Großbaustelle – eine herausfordernde Phase des Umbruchs. Doch mit der Fertigstellung der zahlreichen Bauprojekte in den relevanten Lagen wird sich hoffentlich ein attraktiveres

Stadtbild zeigen, sodass sich die Einzelhandelslandschaft weiter bereichern und entwickeln kann. Die Mietpreisvorstellungen bei Neubauprojekten sind jedoch, nicht zuletzt aufgrund hoher Bau- und Finanzierungskosten, deutlich gestiegen und lassen sich oft nur schwer mit den Erwartungen der Einzelhändler vereinbaren.



Roßmarkt, Frankfurt

In diesem Zusammenhang nehmen wir auch die Aussage diverser internationaler Retailer zum deutschen Markt zur Kenntnis: „Im Hinblick auf Expansion erscheint Deutschland weniger attraktiv, da die Deutschen im Vergleich zu anderen europäischen Ländern tendenziell sparsamer sind und weniger Interesse an Mode zeigen. Zudem sind die Bewirtschaftungskosten, insbesondere bei Mieten und Löhnen, höher, was dazu führt, dass andere Länder bei der Expansion vorgezogen werden“. Hinzu kommt die Lethargie einzelner Behörden, die den Einzelhandel in wichtigen Bereichen, wie der Vereinfachung und Beschleunigung von Genehmigungsverfahren sowie der allgemeinen Sauberkeit der Stadt, oftmals nicht aktiv unterstützen.

Die genannten Faktoren sowie die Verknappung klar definierter Lagen erschweren es Lifestyle- und Premiummarken, den für sie passenden Standort anzumieten. Dennoch bleibt Frankfurt ein stabiler und gefragter Markt, der allerdings weniger attraktiv und innovativ ist, als es seinem Potenzial entsprechen könnte.

INVESTMENTMARKT

2024: POSITIVE MARKTENTWICKLUNG IM DEUTSCHEN INVESTMENTMARKT

Im 2. Halbjahr 2024 setzt der deutsche Investmentmarkt für Büro- und Handelsimmobilien seinen leichten Erholungskurs fort. Trotz der wirtschaftlichen Herausforderungen zeigte sich insbesondere der Markt für Handelsimmobilien stabil und konnte in einigen Segmenten sogar zulegen. Ein insgesamt moderateres Zinsumfeld sowie eine anhaltend konstante Nachfrage nach Core- und vor allem auch Value Add-Immobilien trugen zu dieser positiven Entwicklung bei.

Der Büroimmobilienmarkt verzeichnete im ersten Halbjahr 2024 Transaktionen in Höhe von 2,5 Milliarden Euro. Im Handelsimmobilienmarkt war das Jahr 2024 bisher besonders positiv. Das Investitionsvolumen lag Ende des 3. Quartals bei ca. 5 Milliarden Euro, ein deutlich stärkerer Wert im Vergleich zu den 4,9 Milliarden Euro für das Gesamtjahr 2023. Bis Ende 2024 prognostizieren wir ein Volumen von ca. 6,6 Milliarden Euro, was eine Steigerung um 35 % gegenüber dem Jahr 2023 bedeuten würde.

Vor allem großvolumige Transaktionen im Einzelhandelssegment trugen bislang zu diesem Anstieg bei. Während Fachmarktzentren als widerstandsfähige und renditestarke Anlagen angesehen wurden, verzeichneten auch Einzelhandelsimmobilien in zentralen Innenstadtlagen eine stärkere Nachfrage und waren relativ betrachtet das meist transferierte Produkt.

Im Jahr 2024 fanden mehrere bedeutende Transaktionen im Bereich der Handelsimmobilien in zentralen Innenstadtlagen statt. In Düsseldorf kam es im Sommer zum Verkauf der Immobilie „Am Wehrhahn 1“, sowie wenig später der Kasernenstraße 6, wo Lührmann vermittelnd tätig war. Auch der Opernplatz in Frankfurt am Main war Schauplatz einer bedeutenden Transaktion. Hier wurde das ehemalige Signa-Projekt an ein privates Konsortium verkauft, was die anhaltende Anziehungskraft der Frankfurter Innenstadt verdeutlicht.

Zudem erwarb die Frankfurter Sparkasse die Hauptwache 1 in Frankfurt, nachdem Lührmann drei Jahre zuvor große Teile des Grundstücks an Signa vermittelt hatte. In der Große Bockenheimer Straße wurden im Jahr 2024 gleich zwei Liegenschaften veräußert.



Goethestraße, Frankfurt

Weitere namenhafte Transaktionen waren der Verkauf der Maximilianstraße 12-14, der Neuhauser Straße 47 und der Fünf Höfe in München, der Königstraße 35 in Stuttgart, der Königstraße 36 in Nürnberg und auch des Prinzipalmarkts 45-46 in Münster.

In Heidelberg und Saarbrücken konnte Lührmann erfolgreich Immobilien in Bestlage an Eigennutzer vermitteln. Diese und andere Transaktionen in den Top-Einkaufsstraßen unterstreichen das weiterhin hohe Interesse an Handelsimmobilien in starken Innenstadtlagen und verdeutlichen zudem die Bedeutung solcher Häuser für Investoren, die auf stabile Mietrenditen und hochwertige Einzelhandelsstandorte setzen. Trotz der zunehmenden Konkurrenz durch den Onlinehandel bleibt die Nachfrage nach gut positionierten Objekten in stark frequentierten Fußgängerzonen hoch.

Die ESG-Kriterien haben sich im Jahr 2024 weiter zu einem entscheidenden Faktor auf dem Immobilienmarkt entwickelt. Besonders für Bestandsimmo-

Die Rückkehr des Vertrauens der Investoren hat zu einem Anstieg des Investitionsvolumens geführt.

bilien älteren Baujahrs wird die Einhaltung dieser Standards immer wichtiger. Gebäude, die nicht den aktuellen Anforderungen an Energieeffizienz und Nachhaltigkeit genügen, lassen sich zunehmend schwerer am Investmentmarkt vermitteln. Investoren bevorzugen vermehrt Immobilien, die entweder bereits saniert sind oder sich problemlos an die strengen ESG-Vorgaben anpassen lassen. Für unsanierte Objekte bedeutet dies, dass umfangreiche energetische Sanierungen in den kommenden Jahren unvermeidlich sein werden, um wettbewerbsfähig zu bleiben und ihren Marktwert zu sichern.

Ohne diese Anpassungen drohen erhebliche Wertverluste, da institutionelle Investoren verstärkt auf nachhaltige und umweltfreundliche Immobilien setzen. Strengere Regulierungen und das wachsende Bewusstsein für klimafreundliches Bauen und Sanieren machen es zunehmend schwierig, Immobilien, die nicht den ESG-Standards entsprechen, erfolgreich zu platzieren.

Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich der Markt 2024 deutlich erholt. Während 2023 durch Unsicherheiten und zurückhaltend agierende Investoren geprägt war, nahm das Investitionsvolumen in allen Segmenten zu. Vor allem im Einzelhandel, wo 2023 viele Investitionen aufgrund der steigenden Zinsen aufgeschoben wurden, kehrte das Vertrauen der Investoren zurück. Shoppingcenter, Fachmarktzentren sowie innerstädtische Einzelhandelsflächen standen dabei im Fokus.

Für das Jahr 2025 wird eine weitere Stabilisierung des Marktes erwartet, unterstützt durch ein voraussichtlich moderates Zinsniveau und eine solide Nachfrage. Insbesondere Handelsimmobilien in zentralen Lagen dürften von einer weiterhin hohen Investorennachfrage profitieren. Wobei hier die institutionelle und überregionale Nachfrage klar



Große Bockenheimer Straße, Frankfurt

in Richtung der Top 20 bis Top 30 Standorte geht. Schwächere Städte werden eher von regionalen Investoren nachgefragt, oder rücken über höhere Renditen in den Fokus. Der Trend zu zukunftsweisend konzipierten Einzelhandelsimmobilien mit effektiven Verkaufsflächen und nachhaltig nutzbaren Obergeschossflächen wird weiter zunehmen. Auch Fachmarktzentren und teilweise nachhaltig fair bepreiste Einkaufszentren werden als sichere Anlagemöglichkeiten attraktiv bleiben, insbesondere in wachstumsstarken Regionen und gut angebundenen Lagen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der deutsche Investmentmarkt auf einem vielversprechenden Weg ist. Die positive Entwicklung in der Handelsimmobilienbranche und der starke Fokus auf Nachhaltigkeit werden die Zukunft des Marktes prägen und die Rahmenbedingungen für Investoren verbessern. Die Kombination aus stabilen Renditen, gut gelegenen Objekten und einem wachsenden Bewusstsein für nachhaltige Praktiken wird den Markt in den kommenden Jahren weiter stärken.

+++ Frankfurt zwischen Luxus und Vielfalt: Herausforderungen und Potenziale für die Stadtentwicklung



**Benjamin und Felix Pfüller
August Pfüller GmbH & Co.KG**

Das inhabergeführte Modehaus August Pfüller in Frankfurt feierte kürzlich sein 140-jähriges Bestehen und zählt zu den Top-Adressen für Luxus- und Contemporary Fashion für Damen, Herren und Kinder. Mit seiner langen Tradition gehört es zu den ältesten Modehäusern in Deutschland. Benjamin Pfüller, der gemeinsam mit seinem Bruder das Familienunternehmen in der sechsten Generation leitet, sprach mit uns über den Frankfurter Einzelhandel.

Herr Pfüller, Wie sehen Sie den Luxus-Einzelhandelsmarkt in Frankfurt im Vergleich zu anderen Städten, welche Stärken und Schwächen hat der Standort und welche Entwicklungen wünschen Sie sich?

„Frankfurt zeichnet sich durch seine kompakten Strukturen und die fußläufige Erreichbarkeit nahezu allen wichtigen kulturellen, sozialen und städtischen Einrichtungen aus – ein Vorteil, den viele, darunter auch ich als Einzelhändler und Einwohner der Stadt, sehr schätze. Egal, ob es ums Einkaufen oder das Nachtleben geht, man braucht in der Regel weder Fahrrad noch Taxi.

Die Goethestraße etwa, mit einer Länge von nur etwa 300 Metern, vereint alle renommierten globalen Marken an einem Ort. Gleichmaßen ist diese starke Konzentration auf Premium- und Luxusmarken auf einen sehr begrenzten Bereich – zwischen Hauptwache,

Willy-Brandt-Platz und Opernplatz – eine Herausforderung für alle Beteiligten. Die weitere Entwicklung und Erschließung der umliegenden Bereiche rund um die Goethestraße für den Einzelhandel, die Gastronomie und vielleicht auch Dienstleistung, wäre natürlich wünschenswert, insbesondere mit einer größeren Angebotsvielfalt und dies nicht nur im Premium-Bereich.

Die in Frankfurt, je nach Lage, geforderte Miete ist, verglichen zu anderen europäischen Metropolen, eher moderat und somit für die globalen Mietinteressenten reizvoll. Das ist sicherlich ein Standortvorteil. Für lokale Einzelhändler oder Gastronomen, die für eine authentische Angebotsvielfalt wichtig sind, sind die Mieten in den gefragten Lagen schwer zu finanzieren. Das mindert in gewissem Maße die Attraktivität der Stadt. Ein gastronomisches Angebot in der Mitte der Goethestraße würde sicherlich eine Bereicherung darstellen, doch bei Quadratmeterpreisen von 300 Euro ist das eher unrealistisch.

Positive Impulse für die Quartiersentwicklung gehen sicherlich von Projekten wie „Four Frankfurt“ aus, und auch die geplante Neuprojektierung am Opernplatz lassen auf eine vielversprechende Entwicklung hoffen, auch wenn diese noch einige Zeit in Anspruch nehmen wird. Insgesamt hat Frankfurt das Potenzial seine Attraktivität weiter zu steigern, wenn es gelingt, eine ausgewogenere Flächennutzung und eine breitere Angebotspalette zu schaffen.“



Welche Initiativen, welche Unterstützung wünschen Sie sich von der Stadt, um den Einzelhandel zu fördern?

„Es wirkt auf mich, als habe der Einzelhandel in Frankfurt in den vergangenen Jahren für die Stadtpolitik keine besonders hohe Priorität oder wurde schlichtweg als nicht ausreichend unterstützungswürdig erachtet. Das städtische Interesse scheint mehr darauf gerichtet zu sein, die verkehrstechnische Erreichbarkeit der Innenstadt zu erschweren, anstatt die Attraktivität und Aufenthaltsqualität für Einwohner und Besucher zu verbessern. Der internationale Messestandort Frankfurt hat offensichtlich für viele an Attraktivität verloren. Natürlich ist dies nur meine persönliche und subjektive Einschätzung. Ich würde mir sehr wünschen, dass die Akteure Frankfurts, insbesondere die politischen Entscheidungsträger, sich stärker zu ihrer Stadt bekennen, Frankfurt mehr wertschätzen und echte Vielfalt aktiver fördern. Frankfurt war nicht nur historisch eine bedeutende Handelsstadt, und es wäre wichtig, diese Tradition weiterzuführen und zu stärken. Handel bedeutet auch Konsum und Verkehr. Es wäre wünschenswert, wenn nicht nur die Frankfurter selbst die Innenstadt, beispielsweise am Wochenende, wieder vermehrt als Ausflugsziel entdecken, sondern auch das große Potenzial des Umlands stärker genutzt würde.“

Frankfurt ist eine lebens- und liebenswerte Stadt. Bürgerliches Engagement hat hier seit Jahrhunderten eine bedeutende Rolle gespielt. Doch manchmal, so scheint es mir, fehlt es an einem klaren Bekenntnis und der Verpflichtung gegenüber der eigenen Stadt. Unsere Aufgabe als Einzelhändler ist es, attraktiver zu sein als andere Einkaufsstandorte und konkurrenzfähig gegenüber dem Onlinehandel zu bleiben. Wir setzen auf attraktive Events, persönliche Ansprache und enge Kundenbeziehungen. Der Besuch in Frankfurt soll vor allem Spaß machen und nicht durch Erreichbarkeit oder mangelnde Sicherheit erschwert werden.“

LÜHRMANN REFERENZEN

VERMIETUNG BUNDESWEIT



Fissler 2023
Frankfurt, Neue Kräme 27



Ray-Ban 2022
Köln, Schildergasse 50



Hublot 2023
Hamburg, Neuer Wall 18



IWC 2023
Stuttgart, Sporerstraße 16



Kauf Dich Glücklich 2023
Frankfurt, Kaiserstraße 8



Worst Behavior 2023
Frankfurt, Börsenstraße 2-4



SportScheck 2024
Hannover, Georgstrasse 14



Balenciaga 2023
Hamburg, Neuer Wall 20



Görtz 2024
Frankfurt, Kaiserstraße 3



Christ 2022
Frankfurt, Zeil 85-93



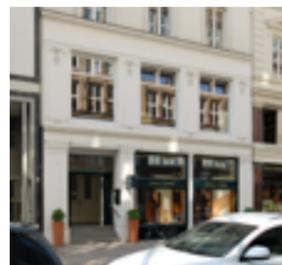
Diptyque Paris 2024
Frankfurt, Goethestraße 12



Balenciaga 2023
Berlin, Kurfürstendamm 194



Samsonite 2023
Köln, Ehrenstraße 39



Audemars Piguet 2023
Hamburg, Neuer Wall 11



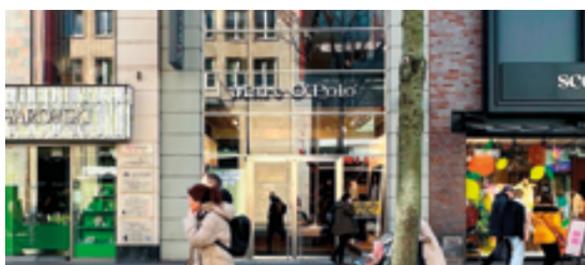
Marella 2024
München, Theatinerstraße 29



Boggi Milano 2023
Berlin, Kurfürstendamm 30



Lufian 2024
München, Sendlinger Straße 18



Benetton 2024
Köln, Schildergasse 75



Versace 2023
Düsseldorf, Königsallee 11



Søstre Grene 2024
Düsseldorf, Berliner Allee 2



Snipes 2024
Düsseldorf, Flinger Straße 36

LÜHRMANN REFERENZEN

INVESTMENT BUNDESWEIT



Frankfurt 2021
An der Hauptwache 1



Düsseldorf 2024
Kasernenstraße 6



Heidelberg 2024
Hauptstraße 9-13



Frankfurt 2022
Goethestraße 5



Köln 2023
Schildergasse 52



Köln 2021
Hohe Straße 88



Berlin 2024
Richard-von-Weizsäcker-Platz 1



Köln 2024
Krebsgasse 8-12



Frankfurt 2021
Zeil 115-117



Saarbrücken 2024
Bahnhofstraße 39



Köln 2022
Hohe Straße 93-99



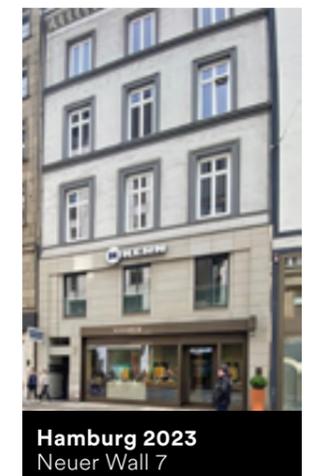
Berlin 2022
Rosenthaler Straße 43-45



Aachen 2023
Karmeliterstraße 10 / Karmeliterhöfe



Dortmund 2023
Westenhellweg 26



Hamburg 2023
Neuer Wall 7

LÜHRMANN

Wir verbinden Potenziale – als Deutschlands Immobilienspezialisten für 1A-Lagen. Für jede Marke, jeden Mieter, jedes Vorhaben gibt es die perfekte Lage. Lührmann agiert an sechs Standorten. Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München und Osnabrück bilden das optimale Netzwerk, um unsere Expertise in den Geschäftsbereichen Retail, Fachmarkt, Office, Hotel & Hospitality und City-Investment für Sie zu bündeln.

So erreichen wir alle Lagen in deutschen Metropolregionen binnen kürzester Zeit. Unsere exzellente Kenntnis von Objekten, Menschen und Märkten, verbunden mit der Leidenschaft für den perfekten Deal liefern die Voraussetzungen für ein perfektes Matching. Und das seit 1992.



Kontaktieren Sie uns online.



**HENDRIK
POGGEMANN**

Geschäftsführender
Gesellschafter

M +49 172 5357388
h.poggemann@luehrmann.de



**MARKUS
SCHÄFER**

Geschäftsführer

M +49 172 2169743
m.schaefer@luehrmann.de



**JULIA
MILANOVIC**

Senior Manager Luxury &
International Clients

M +49 152 08690436
j.milanovic@luehrmann.de

**LÜHRMANN
DÜSSELDORF
GMBH & CO. KG**

Kasernenstraße 17-19
40213 Düsseldorf

T +49 211 300479 0
duesseldorf@luehrmann.de

www.luehrmann.de