

Ansprechpartner
Florian Tholey
Metropolregion Rhein-Neckar
GmbH

Telefon
+49 621 12987-43

E-Mail
florian.tholey@m-r-n.com

Immobilienmarktbericht 2017: Aufwärtstrend in Heidelberg, Ludwigshafen und Mannheim hält an

Die gewerblichen Immobilienmärkte in den drei Oberzentren der Metropolregion Rhein-Neckar haben sich auch 2016 positiv entwickelt. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Ausgabe des Immobilienmarktberichts, den die Metropolregion Rhein-Neckar GmbH jährlich in Zusammenarbeit mit dem „Immobiliennetzwerk Rhein-Neckar“ veröffentlicht. Die Publikation bündelt auf 40 Seiten die wichtigsten Zahlen und Fakten zu den Büro- und Einzelhandelsstandorten Heidelberg, Ludwigshafen und Mannheim. Darüber hinaus stellt sie wichtige Entwicklungsprojekte und Gewerbegebiete im Dreiländereck Baden-Hessen-Pfalz vor. Der Immobilienmarktbericht kann unter www.m-r-n.com/publikationen kostenlos bestellt oder als PDF-Datei heruntergeladen werden.

Büromärkte: Leerstand sinkt, Preise steigen

Die Nachfrage nach Büroflächen legte 2016 in allen drei Großstädten der Metropolregion Rhein-Neckar zu, was bei gleichbleibendem Flächenbestand zu höheren Preisen und rückläufigen Leerstandsquoten führte. Größter Büromarkt ist mit einem Bestand von rund 2 Millionen Quadratmetern nach wie vor **Mannheim**. Das Vermarktungsvolumen stieg dort im Vergleich zum Vorjahr deutlich auf 91.000 Quadratmeter (+63%). Die Leerstandsquote sank auf 4,5 Prozent (2015: 5,2 Prozent). Die höchsten Mieten wurden mit 16,40 Euro je Quadratmeter in der Innenstadt erzielt (2015: 15 Euro). Die Durchschnittsmiete war jedoch mit 13,10 Euro pro Quadratmeter am sogenannten „Cityrand“ am höchsten. Ausschlaggebend für dieses atypische Mietpreisgefälle sind attraktive Büroflächen in innenstadtnahen Lagen, wie etwa im Gewerbegebiet „Eastsite“. 2016 wurden circa 11.000 Quadratmeter Neubaubürofläche bezugsfertig, davon rund die Hälfte im Innenstadtquartier „Q 6 Q 7“. Für 2017 wird mit einem Fertigstellungsvolumen von rund 43.000 Quadratmetern gerechnet, u.a. im Gewerbegebiet „Eastsite“.

Die Büromärkte von Heidelberg und Ludwigshafen sind mit einem Flächenbestand von rund einer Million Quadratmetern in etwa gleich groß, unterscheiden sich jedoch deutlich hinsichtlich Vermarktungsvolumen

und Preisstruktur. Für den Büromarkt in **Heidelberg** war 2016 ein Rekordjahr: So wurden neue Höchstwerte beim Verkaufsvolumen (56.000 Quadratmeter) und der Spitzenmiete erreicht (16 Euro je Quadratmeter). Lediglich 2,9 Prozent der Flächen standen leer. Wie in Mannheim werden auch in Heidelberg am „Cityrand“ die höchsten Durchschnittsmieten realisiert (12,70 Euro je Quadratmeter), wobei das Preisniveau der innenstadtnahen Lagen im Vergleich zum Vorjahr leicht nachgab. Nachdem im Jahr 2015 circa 31.000 Quadratmeter Büroflächen fertiggestellt wurden (u.a. „Mathematikon“ im Neuenheimer Feld), waren es 2016 nur 4.000 Quadratmeter. Auch 2017 wird nicht mit größeren Fertigstellungsvolumina gerechnet. Erst ab 2018/19 dürften diese wieder deutlich steigen, wenn wichtige Projekte im Stadtteil „Bahnstadt“ (u.a. „Stadtter Ost“ und „SkyAngle“) und auf den Konversionsflächen (u.a. „Heidelberg Innovation Park“) abgeschlossen werden.

In **Ludwigshafen** lag das Verkaufsvolumen im Jahr 2016 bei 17.000 Quadratmetern und damit leicht über dem Wert des Vorjahres. Die Leerstandsquote im Segment Büro sank auf 1,4 Prozent, maßgeblich geprägt durch großflächige Anmietungen der Stadtverwaltung. 2015 lag die Leerstandsquote noch bei 4,2 Prozent. Die Spitzenmiete stieg 2016 auf 11 Euro pro Quadratmeter (2015: 10 Euro). Das Preisniveau ist damit insgesamt deutlich günstiger als in Heidelberg und Mannheim. 2016 kamen keine neuen Büroflächen hinzu. Für 2017 wird ein geringer Zuwachs von 1.500 Quadratmetern prognostiziert. Wichtigste Projekte der kommenden Jahre sind das geplante Geschäftshaus „Metropol“ am Berliner Platz mit rund 9.000 Quadratmetern Bürofläche und der Umbau des ehemaligen Kaufhof-Gebäudes mit rund 11.000 Quadratmetern Bürofläche, hauptsächlich genutzt durch die Technischen Werke Ludwigshafen.

Einzelhandel: Normalisierung zeichnet sich ab

Nach einem Rekordhoch bei den Einzelhandelstransaktionen in den Jahren 2015 und 2016 zeichnet sich in der Metropolregion Rhein-Neckar für die kommenden Jahre eine Normalisierung ab. In den Innenstädten von Heidelberg, Ludwigshafen und Mannheim sind aktuell keine großen Neubauprojekte absehbar. Dort wie auch in vielen Mittelzentren liegt der Fokus auf der Revitalisierung und Umstrukturierung von Be-

standsobjekten. Laut der im Februar vorgestellten Studie „Vitale Innenstädte 2016“ des Instituts für Handelsforschung Köln gehören Heidelberg und Mannheim in ihren Größenklassen zu den attraktivsten Einkaufsstädten Deutschlands. In **Heidelberg** lag die Spitzenmiete in der 1A-Lage „Hauptstraße“ im Jahr 2016 bei 120 Euro pro Quadratmeter. Der Filialisierungsgrad betrug 76,1 Prozent. Eine hohe Entwicklungsdynamik zeigt sich beim Ausbau von Angeboten zur Nahversorgung. So wurde im Umfeld der Universität im Frühjahr 2016 das Fachmarktzentrum „Mathematikon“ eröffnet. In der Bahnstadt ist neben dem Fachmarktzentrum „Westarkaden“ (geplanter Baubeginn Anfang 2017, ca. 10.000 Quadratmeter Einzelhandelsfläche) unter anderem auch ein Möbelhaus der XXXLutz-Gruppe mit 25.000 Quadratmetern Verkaufsfläche geplant.

In **Mannheim** eröffnete im September 2016 das neue Innenstadtquartier „Q 6 Q 7“. Mit einem Investitionsvolumen von über 300 Millionen war es die teuerste Baumaßnahme in der Innenstadt seit dem zweiten Weltkrieg. Trotz des deutlichen Zugewinns an Einzelhandelsfläche blieb das Spitzenmietniveau mit 175 Euro pro Quadratmeter konstant. Der Filialisierungsgrad der 1A-Lage „Planken“ liegt aktuell bei 64,1 Prozent. Ab dem Frühjahr 2017 bis zum Frühjahr 2019 wird die Haupteinkaufsstraße für rund 30 Millionen Euro umgestaltet. Der nördliche Teil der „Breiten Straße“ steht nach Schließung des Sportfachmarktes „Decathlon“ und des Möbelhauses „mömax“ vor neuen Herausforderungen. Derzeit werden neue Nutzungskonzepte diskutiert.

Zu den größten Einzelhandelsprojekten in **Ludwigshafen** zählen der geplante Geschäfts-, Büro- und Wohnkomplex „Metropol“ am Berliner Platz (bis zu 8.000 Quadratmeter Verkaufsfläche) und der Umbau der ehemaligen Kaufhof-Immobilie, deren Erdgeschoß als Ladenfläche erhalten bleibt. Das Unternehmen ECE kündigte für 2017 Investitionen in Höhe von 5 Millionen Euro in sein Einkaufszentrum „Rhein-Galerie“ an. Die städtische Wohnungsbaugesellschaft GAG will zudem das Entree zum „Bürgerhof“ neu gestalten und dabei auch attraktive Gewerbeflächen schaffen. Zur Vitalisierung des innerstädtischen Einzelhandels wurden in Ludwigshafen jüngst verschiedene Maßnahmen diskutiert, u.a. ein partielle Freigabe der Bismarckstraße für den Verkehr.

Markbericht sorgt für Transparenz

Der Bericht zum gewerblichen Immobilienmarkt in der Metropolregion Rhein-Neckar erscheint bereits seit 2006. Ziel der gemeinsam mit dem „Immobiliennetzwerk Rhein-Neckar“ erstellten Publikation ist es, die Transparenz für Investoren zu erhöhen. „Analysten, Anleger und expandierende Unternehmen benötigen für ihre Standortentscheidung belastbare Daten“, so Stefan Orschiedt, Leiter der Wirtschaftsförderung der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH. Datenbasis für das Kapitel „Büromarkt“ bildet die jährlich von der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. durchgeführte „Büromarkterhebung“. Darin werden die wichtigsten Büromärkte in Deutschland untersucht. Die Metropolregion Rhein-Neckar ist seit 2008 Teil der Erhebung.

Zur Metropolregion Rhein-Neckar GmbH

Die Metropolregion Rhein-Neckar GmbH wurde 2006 gegründet. Ihre Gesellschafter sind neben dem Verband Region Rhein-Neckar und dem Verein Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar die Industrie- und Handelskammern Rhein-Neckar, Pfalz, Darmstadt sowie die Handwerkskammern Mannheim und Rhein-Main. Im regionalen Zusammenspiel der Institutionen koordiniert die Regionalentwicklungsgesellschaft die Projektarbeit in den Bereichen Arbeitsmarkt, Bildung, Digitalisierung, Energie und Umwelt, Kultur, Verwaltungsvereinfachung und Wirtschaftsförderung. Darüber hinaus leistet sie durch Standortmarketing und Öffentlichkeitsarbeit einen wichtigen Beitrag dazu, die Region zu positionieren und bekannt zu machen.