

# BERLIN

## Büromarkt

### ALLZEIT-HOCH

Mit einem **Rekord-Flächenumsatz** von rd. 854.000 m<sup>2</sup> übertraf der Berliner Büromarkt im Jahr 2015 den Vorjahreswert (rd. 600.000 m<sup>2</sup>) um 42%. Er lag zugleich rd. 313.000 m<sup>2</sup> bzw. 58% über dem vorausgehenden Zehnjahres-Mittel (Ø 2005 bis 2014: 541.000 m<sup>2</sup>). Damit verteidigte Berlin die Führung bei den „Big Five“ (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München).

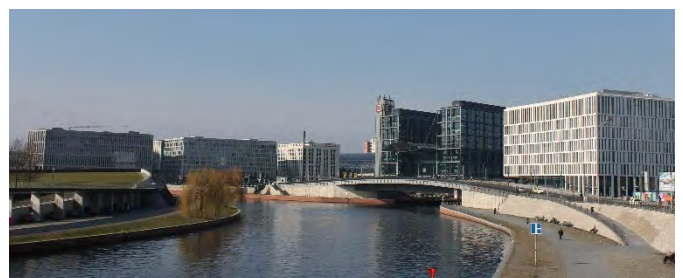
Für 2016 prognostiziert AENGEVELT-RESEARCH einen etwas geringeren, dennoch weiter überdurchschnittlichen Büroflächenumsatz um 750.000 m<sup>2</sup>.

### SHORT FACTS

- Die **Vermietungsleistung** (ohne Eigennutzer) legte 2015 mit rd. 804.000 m<sup>2</sup> dank Vorvermietungen sehr stark zu (2014: 556.900 m<sup>2</sup>, plus 44%) und übertraf das vorangehende Dekadenmittel (Ø 2005 bis 2014: 472.000 m<sup>2</sup>) um 70%. Der **Eigennutzer-Umsatz** bewegte sich mit 50.000 m<sup>2</sup> im üblichen Schwankungsbereich.
- Die **Nettoabsorption** belief sich 2015 auf rd. 340.000 m<sup>2</sup>. Neben der hohen Flächen-Inanspruchnahme bildet sich hier auch die geringe spekulative Neubautätigkeit bei hoher Vorvermietung ab.
- Der **Leerstand** sank daher weiter um 230.000 m<sup>2</sup> (18%) auf 1,06 Mio. m<sup>2</sup> (5,7%). Dazu trugen auch Umwidmungen von Büroflächen zur Unterbringung von Flüchtlingen bei.
- Die **Flächenknappheit** in zentralen Lagen verstärkte die Ausweichbewegung in die sich etablierenden Bürolagen Europaviertel / Hauptbahnhof, Mediaspree und Adlershof sowie die weitere Stadt. Das Mietpreisniveau stieg an

allen Standorten und damit auch im Stadtmittel deutlich an.

- Die **Spitzenmiete** zeigte einen Aufwärtstrend auf EUR 23,50/m<sup>2</sup> (Vorjahr: EUR 22,50/m<sup>2</sup>).
- Die stadtweite **Durchschnittsmiete** zog noch stärker auf EUR 14,95/m<sup>2</sup> an (Vorjahr: EUR 13,30/m<sup>2</sup>).



Das nördliche Spreeufer am Hauptbahnhof glänzt mit top-modernen Hotels und Bürogebäuden, welche bevorzugt von international tätigen Großunternehmen genutzt werden. © Foto: AENGEVELT

### FLÄCHENUMSATZ NACH BRANCHEN

Alle Branchen außer ITK wiesen Steigerungen auf, besonders die „Sonstigen“, denen die in 2015 extrem stark anmietende Zalando SE als Handelsunternehmen zugeordnet ist.

Branchengruppe	Pos. 2015	Flächen-Umsatz* 2015	Markt-Anteil 2015	Pos. 2014	Flächen-Umsatz* 2014	Markt-Anteil 2014
Dienstleister (beratende, unternehmensbezogene)	1	287	34%	1	216	36%
Sonstige (Industrie, Handel, Wohnen, Versorgung u.a.)	1	287	34%	3	102	17%
ITK (IT, Kommunikation, Medien / Verlage)	3	146	17%	2	168	28%
öffentliche Hand / Verbände	4	79	9%	4	66	11%
Finanzdienstleister	5	54	6%	5	48	8%
<b>SUMME</b>		<b>854</b>	<b>100%</b>		<b>600</b>	<b>100%</b>

\*) incl. Eigennutzer, in 1.000 m<sup>2</sup>. Abweichungen durch Rundung.

## FLÄCHENUMSATZ NACH GRÖSSENKLASSEN

Kleinere und mittlere Abschlüsse bildeten auch 2015 die solide Basis der Vermietungen, etliche großvolumige An- und Vorvermietungen ermöglichten den Allzeit-Rekord.

Flächengröße	Flächen-Umsatz*	Markt-Anteil	Flächen-Umsatz*	Markt-Anteil
	2015	2015	2014	2014
Über 5.000 m <sup>2</sup>	289	34%	167	28%
1.000-5.000 m <sup>2</sup>	312	37%	259	43%
Bis 1.000 m <sup>2</sup>	253	30%	175	30%
<b>SUMME</b>	<b>804</b>	<b>100%</b>	<b>600</b>	<b>100%</b>

\*) incl. Eigennutzer, in 1.000 m<sup>2</sup>. Abweichungen durch Rundung.

## FLÄCHENUMSATZ NACH LAGEN

Die zunehmend fühlbare Flächenknappheit in zentralen Lagen führt zu Vorvermietungen in Entwicklungslagen sowie in der weiteren Stadt.

Flächengröße	Flächen-Umsatz* 2015	Markt-Anteil 2015	Flächen-Umsatz* 2014	Markt-Anteil 2014
Citykern Ost	191	22%	225	38%
Citykern West	77	9%	69	12%
Cityrand (incl. Mediaspree)	259	30%	127	21%
weitere Innenstadt (bis SBahn-Ring)	108	13%	80	13%
Übriges Stadtgebiet (incl. Adlershof)	219	26%	112	16%
<b>SUMME</b>	<b>854</b>	<b>100%</b>	<b>600</b>	<b>100%</b>

\*) incl. Eigennutzer, in 1.000 m<sup>2</sup>. Abweichungen durch Rundung.

## LEERSTÄNDE

Von der Ende 2015 kurzfristig verfügbaren Angebotsreserve von rd. 1,06 Mio. m<sup>2</sup> Bürofläche (5,7% bei einem Bestand von 18,7 Mio. m<sup>2</sup>) sind gemäß ARLEX (AENGEVELT-RESEARCH Leerstands-Index) nach Abzug der dynamisierten Fluktuationsreserve, struktureller und latenter Leerstände (Untervermietungen) aktuell nur noch ca. 115.000 m<sup>2</sup> als echter „marktaktiver Flächenüberhang“ zu sehen (0,6%).

## BAUTÄTIGKEIT UND VORVERMIETUNG

2016 werden rd. 270.000 m<sup>2</sup> Bürofläche fertiggestellt werden (2015: rd. 310.000 m<sup>2</sup>). Zu Anfang 2016 waren davon bereits 75% vorvermarktet, nur rd. 67.500 m<sup>2</sup> am Markt verfügbar.

## MIETPREISNIVEAU

Das begrenzte Angebot attraktiver zentrumsnaher Flächen führt zur Steigerung des Mietniveaus in allen Teillagen.

- Die Spitzenmiete für Büroflächen erhöhte sich 2015 auf EUR 23,50/m<sup>2</sup> (Vorjahr: EUR 22,50/m<sup>2</sup>) und wird 2016 weiter steigen.
- Im Mittel wurden im City-Kern-Ost Mieten in Höhe von EUR 17,50/m<sup>2</sup> (2014: EUR 17,00/m<sup>2</sup>), im City-Kern-West von EUR 16,50/m<sup>2</sup> (2014: EUR 16,50/m<sup>2</sup>) erzielt.
- Auch abseits der Citylagen zogen die Büromieten stark an: Moderne Flächen liegen im Innenstadtbereich (innerhalb des S-Bahn-Rings) bei EUR 14,20/m<sup>2</sup> (2014: EUR 12,-/m<sup>2</sup>), außerhalb des S-Bahn-Rings bei etwa EUR 12,-/m<sup>2</sup> (Vorjahr: EUR 8,-/m<sup>2</sup>).

- Die durchschnittlich bei Neuvermietungen im Stadtgebiet erzielte Büromiete lag 2015 mit rd. EUR 14,95/m<sup>2</sup> markant über dem Vorjahreswert (EUR 13,30/m<sup>2</sup>).

## TRENDS 2016

- Berlin als Gründermetropole profitiert folgerichtig von der Etablierung der Erfolgreichen unter den neuen Unternehmen. 2015 zeichneten Zalando SE und der Rocket Internet Verbund der Brüder Samwer für über 10% der Vermietungen. Internationale Berater wie KPMG suchen die Nähe der Bundesregierung und mieten im neuen Europaviertel beim Hauptbahnhof. Unternehmen wie Allianz und Zalando lassen sich Büros passgenau neu erstellen, bevorzugen jedoch Entwicklungsgebiete wie Mediaspree und Adlershof, in denen die Mieten deutlich unter dem Spitzenniveau der City liegen.
- Vor diesem Hintergrund erwartet AENGEVELT-RESEARCH für 2016 einen gegenüber dem Vorjahr geringeren, aber dennoch überdurchschnittlichen Büroflächenumsatz um 750.000 m<sup>2</sup>. Rechnet man die längerfristig laufenden, umfangreichen Sanierungsaktivitäten der Bundesbehörden mit, stellte das erste Quartal 2016 mit rd. 200.000 m<sup>2</sup> bereits einen stark überdurchschnittlichen Start dar.
- Bei weiterhin positiver Nettoabsorption und hoher Vorvermarktungsquote von Neubauflächen erwartet AENGEVELT-RESEARCH den weiteren Abbau des Büroflächenleerstands auf rd. 0,9 Mio. m<sup>2</sup> Bürofläche.
- Die Spitzenmiete bewegt sich kontinuierlich nach oben und könnte bis Jahresende die EUR 25,-/m<sup>2</sup> -Marke tangieren. Auch die mittleren Preislagen folgen dem Trend anziehenden Mietpreisniveaus bei Abbau marktaktiver Angebotsreserven.



Am Pariser Platz direkt neben dem Brandenburger Tor erzielte das Bürovermietungsteam von AENGEVELT-IMMOBILIEN 2015 die vermutete Maximalmiete für Büros in Berlin. © Foto: AENGEVELT

## Einzelhandel

### ATTRAKTIVE HANDELSWELT IN BERLIN

Die Bundeshauptstadt Berlin ist größte Stadt Deutschlands

und gilt mit Ihrer Internationalität auch als idealer Testmarkt für Einzelhandelsentwicklungen und Trends.

- Als größter Einzelhandelsstandort liegt Berlin mit einem Einzelhandelsumsatz von rd. EUR 20,2 Mrd. (Vorjahr: EUR 18,7 Mrd.) deutlich vor Hamburg und München.
- Im Top-Städtereiseziel Berlin, mit 12,5 Mio. Gästen (+5%) und ca. 31 Mio. Übernachtungen (+6%) in Europa an dritter Stelle, wird etwa ein Viertel aller Einzelhandelsumsätze durch Touristen generiert.
- In der Top-A-Lage am Tauentzien werden Spitzenmieten bis zu EUR 310,-/m<sup>2</sup> erzielt, Tendenz weiter steigend. Berlin baut damit seine Position im oberen Mittelfeld der Spitzengruppe deutscher Metropolen aus.
- Aufgrund seiner Größe und Polyzentrik bietet Berlin aus Sicht internationaler Filialisten/Label neben den Top-A-Lagen weitere attraktive, hochfrequentierte Standorte für Klientel spezifische Angebote bei tragfähigen Mietniveaus.
- Mit seiner enormen Marktgröße kann Berlin die im Vergleich der deutschen „Big Seven“ schwachen Relativ-Kennziffern für Umsatz (104), Kaufkraft (96) und Zentralität (108) aus Sicht der Investoren und Labels kompensieren.

### INZELHANDELS-LAGEN

Auf einer Stadtfläche von rd. 892 km<sup>2</sup> (z. V. München: 310 km<sup>2</sup>) haben Berlins Handelsstandorte unzählige Facetten. Überregional profitieren vom Tourismus besonders die international bekannten Einkaufslagen am Kurfürstendamm (High End), am Tauentzien (Mainstream), an der Friedrichstraße (Mainstream und High End) und die Trendlagen rund um den Hackeschen Markt. Qualifizierte Handelslagen konnten z.T. aufgrund neuer oder erneuerter Center ihre Position ausbauen. Dazu gehören u.a. die Schloßstraße mit vier Shopping Centern auf engstem Raum und der Alexanderplatz mit dem „ALEXA“. Das Handlensembel Leipziger Platz / Potsdamer Platz steht mit der nun voll operativen „Mall of Berlin“ weiterhin für das aktive Zusammenwachsen von ehemals Ost und West. Aufbruchsstimmung herrscht am Breitscheidplatz mit „Waldorf Astoria“, „Bikini“-Haus und dem 2016 in Betrieb gehenden „Upper West“, mit dem das Quartier weiter internationales Profil zurückgewinnt. Auch der Kurfürstendamm soll weiter entwickelt werden. Durch die Neuentwicklungen und den Trend zum Online-Handel steigt allerdings der Konkurrenzdruck auf die Stadteillagen: Der Wettbewerb zwischen den verschiedenen Handelsformen und Standorten ist in Berlin deutlich härter als in anderen deutschen (gewachsenen) Metropolen.

### SPITZENMIETEN

Zu den absoluten Top-A-Lagen gehören in Berlin der *Tauentzien* bzw. der *Kurfürstendamm*, die *Friedrichstraße* und seit 2008 auch (wieder) der *Alexanderplatz*. Etabliert ist die *Schloßstraße*, in Entwicklung die *Spandauer Vorstadt* rund um den *Hackeschen Markt*. Nach Analysen von AENGEVELT-RESEARCH werden aktuell folgende Spitzenmieten erzielt

Einzelhandels-Lage	(Spitzen-) Miete EUR/m <sup>2</sup> 2015	(Spitzen-) Miete EUR/m <sup>2</sup> 2014
<b>Top-A-Lagen</b>		
Tauentzien/Kurfürstendamm	310	300
Alexanderplatz	220	220
Friedrichstraße	220	170
Hackescher Markt	140	190
Schloßstraße	110	105
<b>A-Lagen</b>	75-140	70-120
Stadteillagen	40-80	30-75
Periphere Standorte	20-30	15-25



Berlin kann auch chic: Die Mall of Berlin bietet einer Vielzahl von Top-Handelshäusern und ihren Kunden das geeignete Ambiente für ein hochwertiges und entspanntes Einkaufs-Erlebnis direkt am Leipziger Platz / Potsdamer Platz. © Foto Mall of Berlin, Fotograf: Adrian Schulz

### TRENDS 2015

Berlin bleibt umsatzstärkster Einzelhandelsmarkt in Deutschland und Nr. 1 im Tourismus-, Kultur- und Kongressmarkt. Gleichzeitig ist Berlin hinsichtlich der Einzelhandelsspitzenmieten im Vergleich europäischer Metropolen noch günstig und bleibt als Testmarkt für internationale und national expandierende Filialisten sowie Multi-Channel- Handels-Konzepte attraktiv. Die zunehmende Polarisierung des Einkaufsverhaltens zwischen Online, Discounter und Designtempel führt zu divergierenden Entwicklungen:

- Nachgefragt von Händlerseite bleiben hochfrequentierte Kernzonen etablierter Top-Einzelhandelslagen für den aperiodischen und hochwertigen Bedarf.
- Für das begrenzte Angebot an Ladenlokalen in den Top-A-Lagen und A-Lagen geht AENGEVELT-RESEARCH daher von weiter leicht anziehenden Spitzenmieten aus.
- „Ertragssichere“, mietpreis- und verkehrsgünstige Lagen mit Angeboten für periodischen Bedarf und Nahversorgung (z.B. Lebensmittel-Discounter) sind beliebt.
- Neben-Lagen mit geringerer Anziehungskraft und Frequenz verlieren (weiter) an Bedeutung.
- Neue Trendlagen entwickeln sich außerhalb der Hochpreisgebiete. Spannend wird u.a. die Neuentwicklung des Tacheles-Areals an der nördlichen Friedrichstraße.