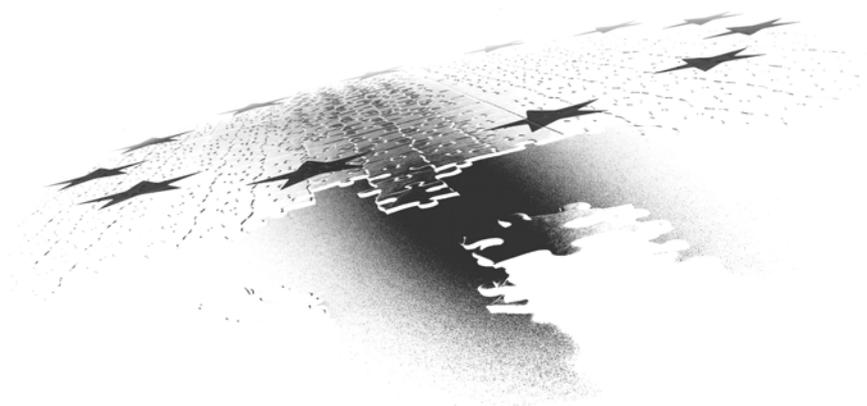


Märkte verstehen • Risiken bewerten • Chancen erkennen

ecöstra



Free Public Version

In dieser Internet-Version sind die detaillierten Kontaktdaten der zuständigen Ansprechpartner bei den expandierenden Unternehmen unkenntlich gemacht. Vertreter von kommunalen Wirtschaftsförderungen, Stadtplanungsämtern sowie Stadt- und Citymarketingorganisationen können per Email oder Fax die vollständige Version bei **ecöstra** kostenlos anfordern.

HANDELSEXPANSION IN DEUTSCHLAND 2008

Standortorientierungen, Objekt- und Lagekriterien der Marktteilnehmer
im Überblick

ecöstra-Untersuchung im Rahmen der Grundlagenforschung

Juni 2008

ecöstra GmbH

Wirtschafts-, Standort- und Strategieberatung in Europa
Homburger Strasse 29
D-65197 Wiesbaden

Tel: +49 – (0) 611 – 20 56 785
Fax: +49 – (0) 721 – 15 14 05 750
Email: office@ecostra.com
Internet: www.ecostra.com

Vorbemerkung

Der Markt für Handelsimmobilien in Deutschland ist ausgesprochen vielfältig. Je nach Branche und Unternehmen bestehen die unterschiedlichsten Anforderungen an einen Standort, die im Rahmen der Expansion und Filialnetzverdichtung nach Möglichkeit zu erfüllen sind. Der hiermit zum ersten Mal vorliegende Marktbericht *Handelsexpansion in Deutschland 2008 – Standortorientierungen, Objekt- und Lagekriterien der Marktteilnehmer im Überblick* zeigt diese spezifischen Anforderungen im Detail auf. In übersichtlicher Weise werden branchen- und unternehmensbezogene Informationen aufbereitet, die den Nutzern in die Lage versetzen, sich schnell einen Überblick darüber zu verschaffen:

- welches Unternehmen wo in Deutschland neue Standorte sucht
- wie die jeweiligen Objekt- und Lagekriterien definiert sind und ob so ein ggf. verfügbarer Standort auf das entsprechende Anforderungsprofil passt
- welche relevanten Informationen zu einem verfügbaren Standort oder Objekt die Expansionsabteilung für eine Ersteinschätzung benötigt oder wünscht
- welches der richtige Ansprechpartner im Unternehmen ist und wie dessen Kontaktadresse lautet.

Neben Projektentwicklern, Bauträgern, Maklern und Betreiber von Einkaufs- und Fachmarktzentren richtet sich der Marktbericht insbesondere an kommunale Wirtschaftsförderungs- und Stadtplanungsämter, aber auch an private Gebäude- und Grundstückseigentümer. Gerade bei den letztgenannten Zielgruppen – dass zeigt sich in der Praxis immer wieder – sind viele Unternehmen nicht als mögliche Interessenten bekannt oder es besteht nur eine vage Vorstellung über die unternehmensspezifischen Standortanforderungen. Die vorliegende Übersicht soll zu einer verbesserten Transparenz im deutschen Markt für Handelsimmobilien beitragen. Sie versetzt den Nutzer in die Lage, Unternehmen zielgerichtet geeignete Objekte anzubieten, wodurch beide Seiten Zeit und Kosten sparen.

Wie sich die räumlichen Standortorientierungen der befragten Unternehmen darstellen und welche Trends und Tendenzen sich aus den gewünschten Lage- und Objektkriterien ergeben, zeigt die zusammenfassende Analyse der Befragungsergebnisse im ersten Teil dieses Berichtsbandes. Im zweiten Teil des Marktberichts sind die Standortanforderungen der einzelnen Unternehmen im Detail dargestellt.

Die Übersicht wurde nach bestem Wissen zusammengestellt. Eine Gewähr für die Vollständigkeit bzw. die Richtigkeit der genannten Angaben besteht nicht. Die Verwendung der in dieser Marktübersicht abgedruckten Angaben – auch in Auszügen – z.B. im Rahmen von eigenen

Publikationen, Studien, Vorträgen oder sonstigen Veröffentlichungen ist dann uneingeschränkt gestattet, wenn als Quellenangabe www.ecostracom.com vermerkt wird. Jegliche sonstige Weiterverwendung ohne Angabe der Quelle ist ausdrücklich untersagt. Über die Zusendung von Belegexemplaren würden wir uns freuen.

Wiesbaden, im Juni 2008

ecöstra GmbH

Wirtschafts-, Standort- und Strategieberatung in Europa

Homburger Strasse 29

D-65197 Wiesbaden

Tel: +49 – (0) 611 – 20 56 785

Fax: +49 – (0) 721 – 15 14 05 750

Email: office@ecostracom.com

Internet: www.ecostracom.com

Bei dem vorliegenden Marktbericht *Handelsexpansion in Deutschland 2008 – Standortorientierungen, Objekt- und Lagekriterien der Marktteilnehmer im Überblick* handelt es sich um ein Pilotprojekt, das erstmals durch ecöstra erarbeitet wurde. Trotz einer hohen Anzahl von insgesamt über 550 angesprochenen Unternehmen war der Rücklauf insgesamt gering. Für den Marktbericht 2009 rechnen wir jedoch mit einer bereits deutlich höheren Teilnehmerzahl, zumal eine Aufnahme in den Berichtsband mit keinerlei Kosten oder Verpflichtungen für die Unternehmen verbunden ist.

Inhaltsangabe

Vorbemerkung

1	ERLÄUTERUNGEN ZUR VORGEHENSWEISE UND METHODIK.....	1
2	ÜBERSICHTEN UND QUERSCHNITTS-AUSWERTUNGEN.....	2
2.1	Räumliche Expansionsschwerpunkte in Deutschland.....	3
2.2	Mindestzahl der Einwohner als Kriterium der Standortwahl.....	3
2.3	Kriterien der Grundstücksauswahl.....	3
2.4	Lagemerkmale des Standorts als Kriterium der Standortwahl.....	5
2.5	Verkaufsflächendimensionierung als Kriterium der Objektauswahl.....	5
2.6	Verkaufsflächenanordnung als Kriterium der Objektauswahl.....	7
2.7	Außen- oder Freiverkaufsflächen als Kriterium der Objektauswahl.....	7
2.8	Parkplatzbedarf als Kriterium der Objektauswahl.....	7
2.9	Kauf oder Miete des Objekts als Kriterium der Objektauswahl.....	9
2.10	Sonstige Kriterien der Objektauswahl.....	9
2.11	Sonstige gewünschte Informationen der Unternehmen.....	9
3	STANDORTORIENTIERUNGEN, OBJEKT- UND LAGEKRITERIEN DER MARKTTEILNEHMER IM ÜBERBLICK.....	12
3.1	ALNATURA.....	15
3.2	basic.....	18
3.3	Coma Verbrauchermarkt.....	21
3.4	Der Beck.....	24
3.5	FRISTO Getränkemarkt.....	27
3.6	GETRÄNKELAND.....	30
3.7	Glockenbrot Bäckerei.....	33
3.8	Jibi MARKT.....	36
3.9	Metzgerei Zeiss.....	39
3.10	Plus.....	42
3.11	REWE.....	45
3.12	vierlinden BIO SUPERMARKT.....	48
3.13	WASGAU.....	51
3.14	AVIE.....	54
3.15	dm.....	57
3.16	Mäc-Geiz.....	60
3.17	ROSSMANN.....	63

3.18	LANDFUXX	66
3.19	GameStop	69
3.20	ROFU Kinderland	72
3.21	ABC Schuh-Center	75
3.22	Adler (Fashion-Store)	78
3.23	Adler (Competence-Store)	81
3.24	AWG-Mode	84
3.25	bonprix	87
3.26	C&A Family Stores (groß)	90
3.27	C&A Family Stores (klein)	93
3.28	C&A Kids Store	96
3.29	C&A Women	99
3.30	Ernsting's family	102
3.31	FRANKONIA	105
3.32	INTERSPORT	108
3.33	K+K Schuh-Center	111
3.34	mayer	114
3.35	Mayer's Markenschuhe	117
3.36	MODEPARK RÖTHER	120
3.37	PALMERS	123
3.38	payless	126
3.39	RENO City	129
3.40	RENO Urban	132
3.41	Schuhhaus WERDICH	135
3.42	Schuhpark	138
3.43	street	141
3.44	BUTLERS	144
3.45	Gebers	147
3.46	Käthe Wohlfahrt	150
3.47	KODi	153
3.48	TEDI	156
3.49	wicky	159
3.50	ATELCO Computer	162
3.51	Media Markt	165
3.52	ProMarkt	168
3.53	Saturn	171
3.54	Carpri	174
3.55	DÄNISCHES BETTENLAGER	177
3.56	ROLLER	180

3.57	TTL TTM.....	183
3.58	OBI	186
3.59	toom BauMarkt	189
3.60	Joey's	192
3.61	nat.	195

Abbildungsverzeichnis

Anlage

1 ERLÄUTERUNGEN ZUR VORGEHENSWEISE UND METHODIK

Im Rahmen einer breit angelegten Untersuchung wurde zu Beginn des Jahres 2008 durch ecöstra-Mitarbeiter eine Vielzahl von Unternehmen des filialisierten Einzelhandels sowie der konsumnahen Dienstleistungen angesprochen und nach Einzelheiten zu den spezifischen Lage- und Objektkriterien bei einer Expansion des Unternehmens befragt. Hierbei wurde das gesamte Branchenspektrum des filialisierten Einzelhandels abgedeckt sowie darüber hinaus Unternehmen aus dem Gastronomiebereich, als konsumnahe Dienstleistung kontaktiert.

Ausgehend von einer ersten Kontaktaufnahme per Telefon wurde den Unternehmen bei Interesse ein kurzer Fragebogen per Email zugesandt, der u.a. folgende Bereiche thematisierte:

- Räumliche Expansionsschwerpunkte in Deutschland
- Kriterien der Standortwahl
(u.a. Lagemerkmale des Standorts, Mindesteinwohnerzahl der Standortgemeinde)
- Kriterien der Grundstückswahl
(u.a. Grundstückgröße und -zustand)
- Kriterien der Objektwahl
(u.a. Verkaufsflächendimensionierung und -anordnung)
- Sonstige gewünschte Informationen im Zusammenhang mit einem Angebot
(u.a. Standortumfeld, Einzugsgebiet).

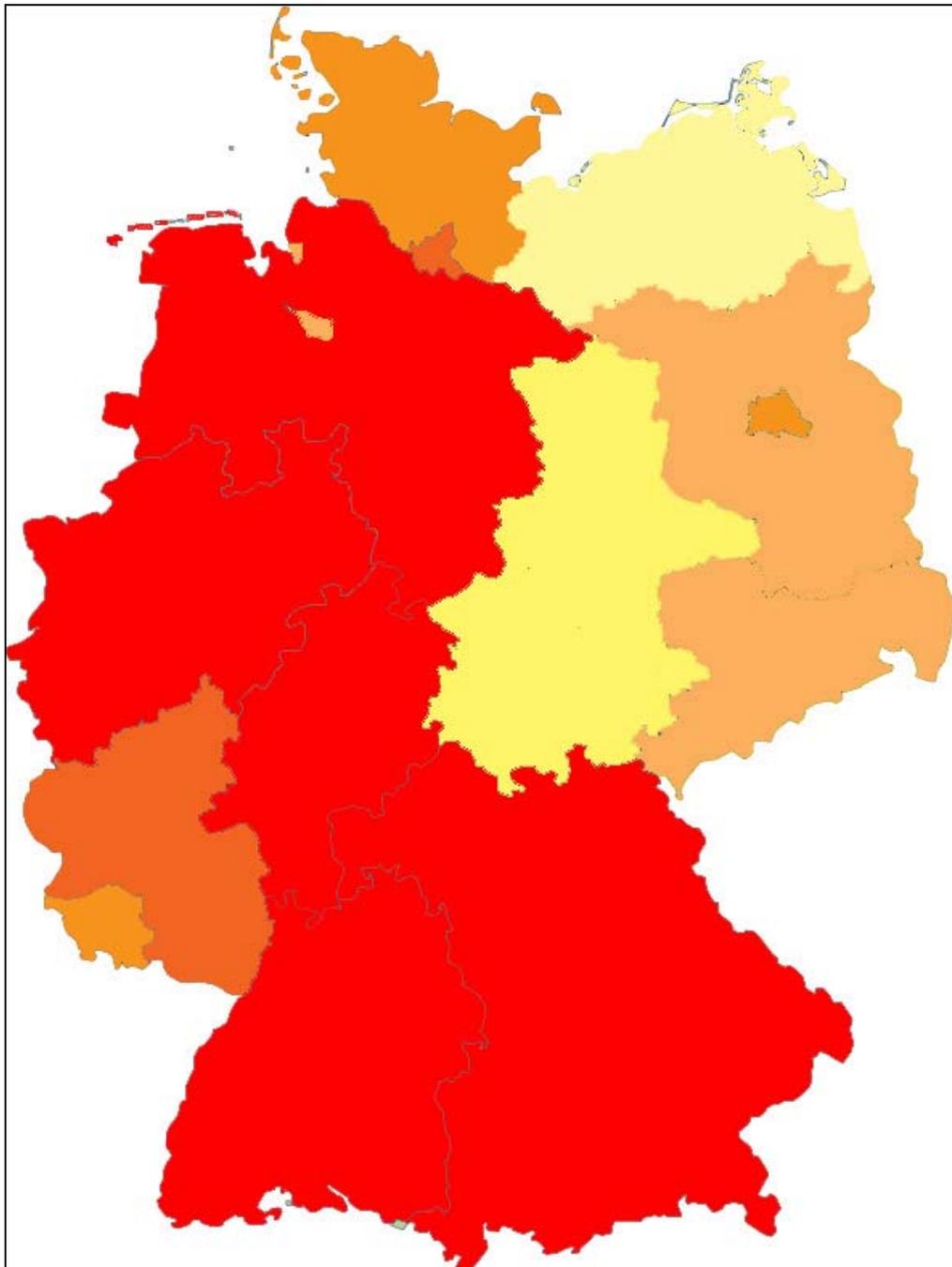
Sofern nach ca. 5 Wochen noch keine Rückmeldung von Seiten der Unternehmen vorlag, wurden die ermittelten Ansprechpartner noch einmal telefonisch erinnert. Die ausgefüllten und ecöstra zugeleiteten Fragebögen wurden ausgewertet und in ein übersichtliches Layout überführt. Um die Richtigkeit der Angaben zu gewährleisten sowie neuerliche Änderungen oder Ergänzungen zu berücksichtigen, wurde den beteiligten Unternehmen im Anschluss ein Bürstenabzug des erstellten Expansionsprofils per Email zugeschickt. Erst nach Freigabe der Profile durch die Unternehmen wurden die Angaben in den vorliegenden Berichtsband aufgenommen.

Darüber hinaus wurden im Rahmen eines Desk-Research weitere 25 Unternehmen hinsichtlich ihrer spezifischen Anforderungen bei einer Expansion erfasst und ausgewertet. Aus den vorliegenden Informationen wurden ebenfalls detaillierte Anforderungsprofile erstellt, die gleichermaßen Eingang in den vorliegenden Marktbericht gefunden haben. Insgesamt werden also die Expansionsanforderungen von 61 Unternehmen mit detaillierten Angaben zum Suchraum sowie den jeweiligen Lage- und Objektkriterien im vorliegenden Berichtsband dargestellt.

2 ÜBERSICHTEN UND QUERSCHNITTS-AUSWERTUNGEN

Nachfolgend wird zunächst eine Auswahl der im Rahmen der durchgeführten Unternehmensbefragung erhobenen Daten in Form einer Querschnittsauswertung aufbereitet. Überblicksartig werden einige aus den Ergebnissen der Befragung abzuleitende Trends und Tendenzen aufgezeigt. Von der Vielzahl der angesprochenen Unternehmen liegen von 36 verwertbare Angaben vor, die Eingang in die folgende Auswertung gefunden haben.

Abb. 1: Räumliche Expansionsschwerpunkte der befragten Unternehmen, gegliedert nach Bundesländern



Spektrum von rot (= stark nachgefragt) bis hellgelb (= wenig nachgefragt)

2.1 Räumliche Expansionsschwerpunkte in Deutschland

Die Auswertung der vorliegenden Unternehmensprofile im Hinblick auf die geographischen Expansionsschwerpunkte der Unternehmen zeigt eine deutliche Orientierung auf die westlichen Bundesländer (vgl. Abb. 1):

- häufig nachgefragt werden v.a. Standorte in den südlichen Ländern Baden-Württemberg, Bayern und Hessen sowie in den Flächenländern Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen mit ihrem vergleichsweise hohen Bevölkerungspotential
- die Bundeshauptstadt Berlin sowie das Saarland und Schleswig-Holstein liegen im Mittelfeld
- die fünf östlichen Bundesländer sowie Bremen wurden am seltensten als Expansionsschwerpunkte angegeben. Brandenburg, Bremen und Sachsen liegen gleich auf, gefolgt von Sachsen-Anhalt und Thüringen. Schlusslicht ist das vergleichsweise dünn besiedelte Mecklenburg-Vorpommern.

2.2 Mindestzahl der Einwohner als Kriterium der Standortwahl

Die Relevanz des Einwohner- und damit des möglichen Kundenpotentials spiegelt sich auch in der Bedeutung einer Mindestzahl an Einwohnern in der Standortgemeinde und / oder im Einzugsgebiet eines Standorts wider:

- nahezu 83 % der befragten Unternehmen geben an, dass sie bei einer Expansion auf eine Mindestgröße der Einwohnerzahl in der Standortgemeinde achten
- ca. 53 % berücksichtigen eine Mindestzahl an Einwohnern im Einzugsgebiet eines Standortes.

2.3 Kriterien der Grundstücksauswahl

Im Rahmen einer Expansion haben die Unternehmen die Möglichkeit zwischen unbebauten Grundstücken und Geschäftsflächen in bereits realisierten Gebäuden zu wählen:

- die gezielte Suche nach unbebauten Grundstücken spielt kaum eine Rolle (ca. 3 %)
- ca. 47 % der befragten Unternehmen suchen nur Flächen in bereits realisierten Gebäuden
- die Hälfte der Filialisten sucht hingegen sowohl unbebaute Grundstücke als auch Ladeneinheiten in bereits bestehenden Objekten.

Abb. 2: Kriterien der Standortwahl: Erfordernis einer Mindesteinwohnerzahl in der Standortgemeinde bzw. im Einzugsgebiet

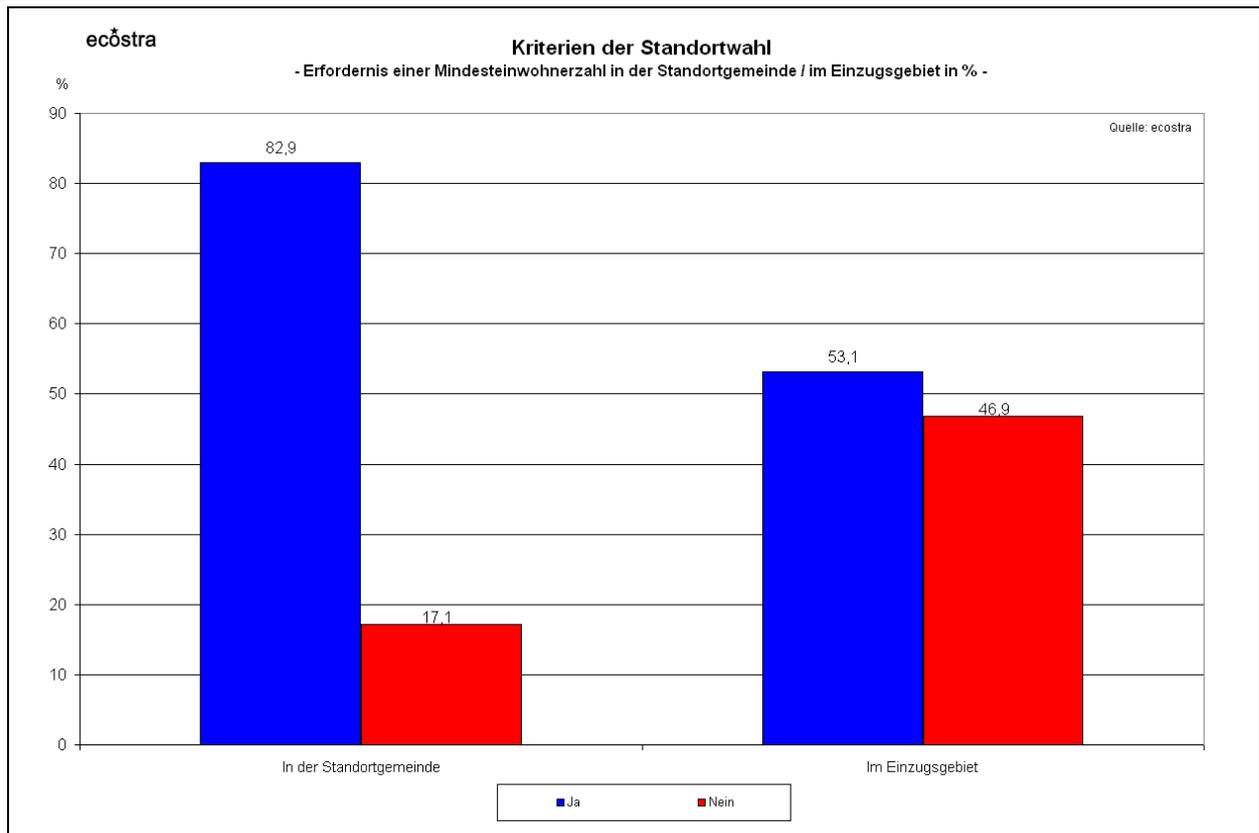
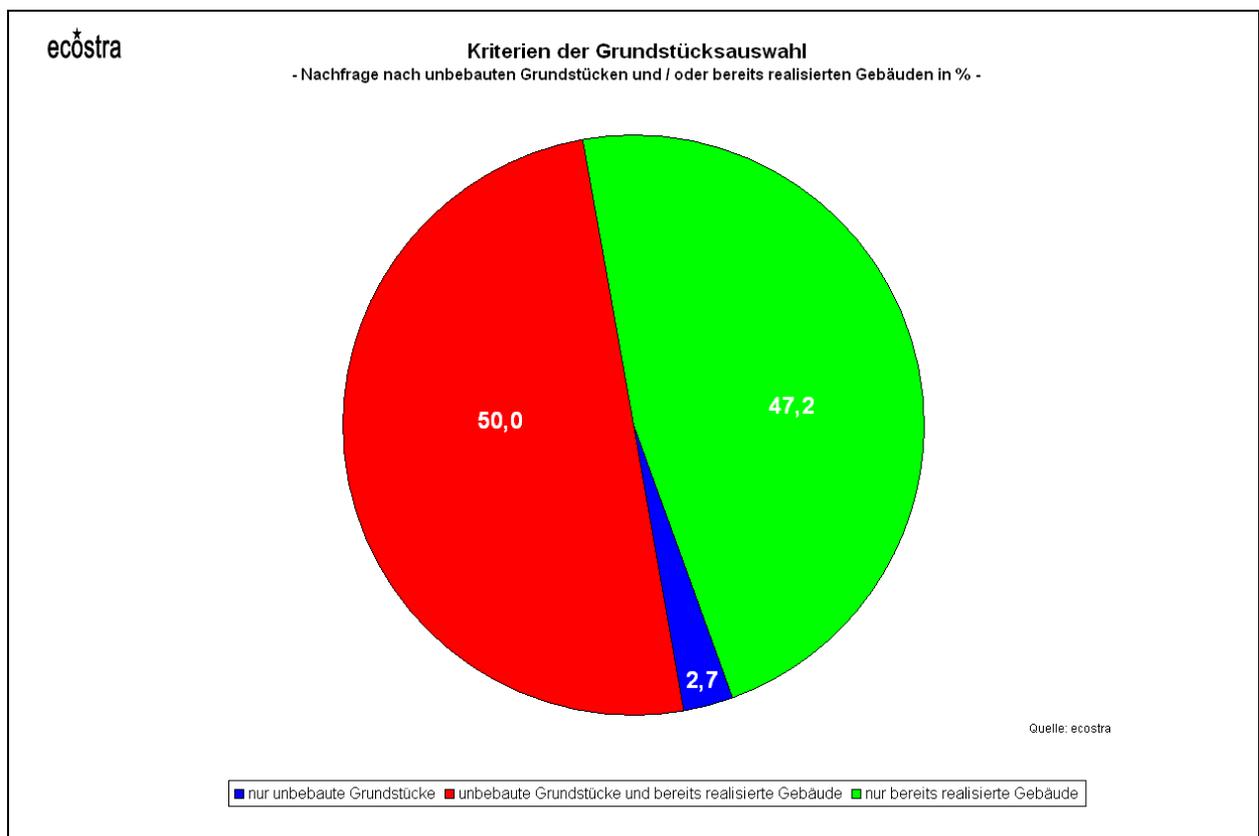


Abb. 3: Kriterien der Grundstücksauswahl: Nachfrage nach unbebauten Grundstücken und / oder bereits realisierten Gebäuden



2.4 Lagemerkmale des Standorts als Kriterium der Standortwahl

Ein entscheidendes Merkmal für die expandierenden Unternehmen ist die Lage des Objekts innerhalb des Gemeindegebiets:

- ca. 30 % der befragten Filialisten suchen bei einer Expansion zentral gelegene Geschäftsflächen in einer innerstädtischen Haupteinkaufslage, insbesondere in 1a-Lagen (ca. 20 %)
- annähernd gleich häufig werden Gewerbegebietslagen (ca. 27 %) und Flächen in Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentren nachgefragt (ca. 26 %)
- von untergeordneter Bedeutung sind sonstige Nebeneinkaufslagen und Solitärstandorte
- oft werden Flächen in Fachmarktzentren (ca. 20 %) oder innerhalb von Shopping Centern (ca. 18 %) gesucht
- bei der verkehrlichen Anbindung des Standorts ist den befragten Unternehmen die Erreichbarkeit mittels eigenem PKW deutlich wichtiger als ein ÖPNV-Anschluss (ca. 24 % gegenüber ca. 5 %).

2.5 Verkaufsflächendimensionierung als Kriterium der Objektauswahl

Die im vorliegenden Marktbericht befragten Unternehmen unterscheiden sich deutlich im Hinblick auf die gesuchte Verkaufsfläche (VK). Unter der Berücksichtigung, dass Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen Eingang in die vorliegende Auswertung gefunden haben ein wenig überraschendes Ergebnis. Im Hinblick auf die mindestens erforderliche Verkaufsflächendimensionierung zeigt sich:

- gesucht werden Geschäftsflächen zwischen ca. 75 m² VK (Joey's Pizza) und ca. 4.000 m² VK (Modemark Röther)
- der Median, der die Grundgesamtheit aller befragten Unternehmen in zwei gleich große Hälften teilt, liegt mit ca. 375 m² VK deutlich unter dem Mittelwert (ca. 570 m² VK). Das heißt: Die Hälfte der Befragten sucht Objekte, die mindestens über eine Verkaufsfläche von über 375 m² VK verfügen, die andere Hälfte sucht Objekte unter 375 m² VK.

Für die maximal erforderliche Verkaufsflächendimensionierung ergibt die Befragung, dass:

- die maximale VK-Obergrenze der Unternehmen zwischen ca. 120 m² (Metzgerei Zeiss) und ca. 2.400 m² (Coma Verbrauchermarkt) variiert
- der Median für die maximal erforderliche Verkaufsflächendimensionierung bei ca. 700 m² VK liegt (Mittelwert 827 m² VK).

Abb. 4: Kriterien der Standortwahl: Bevorzugte Lage des Standorts im Gemeindegebiet

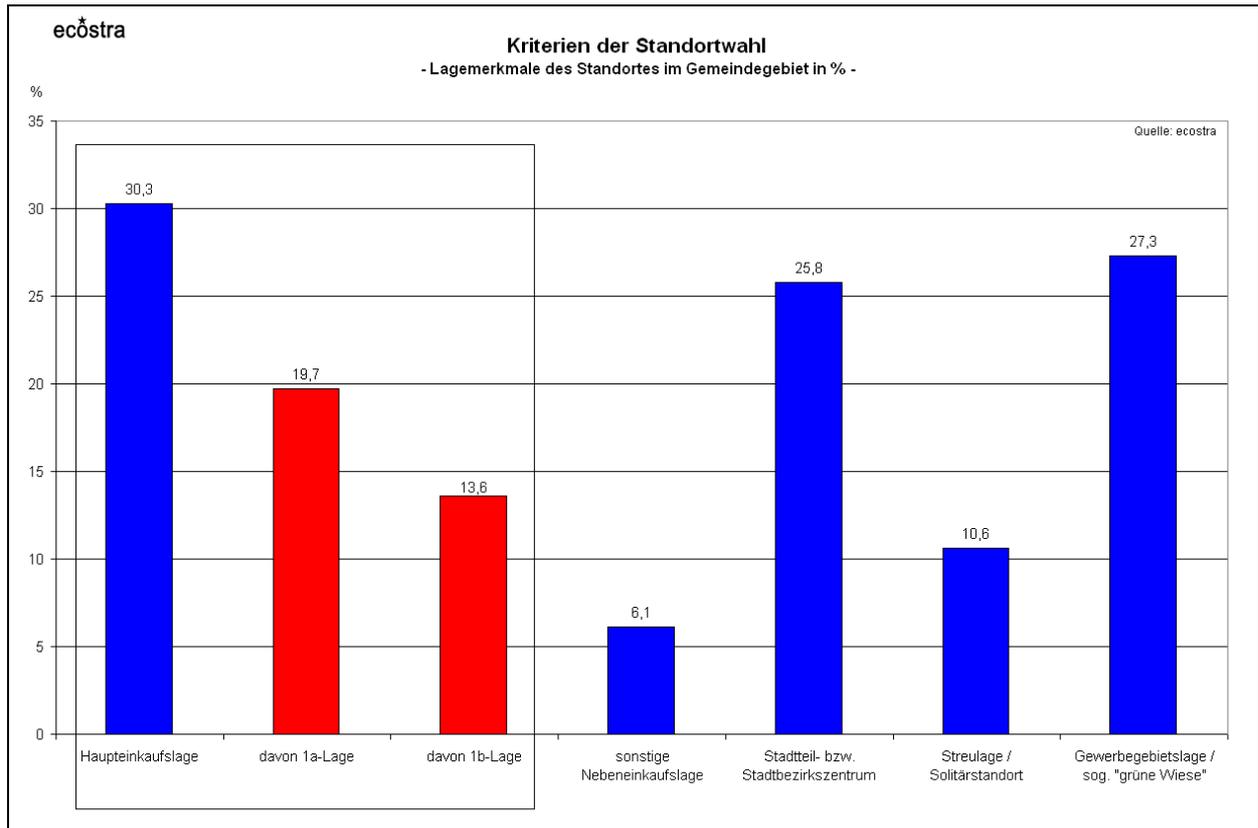
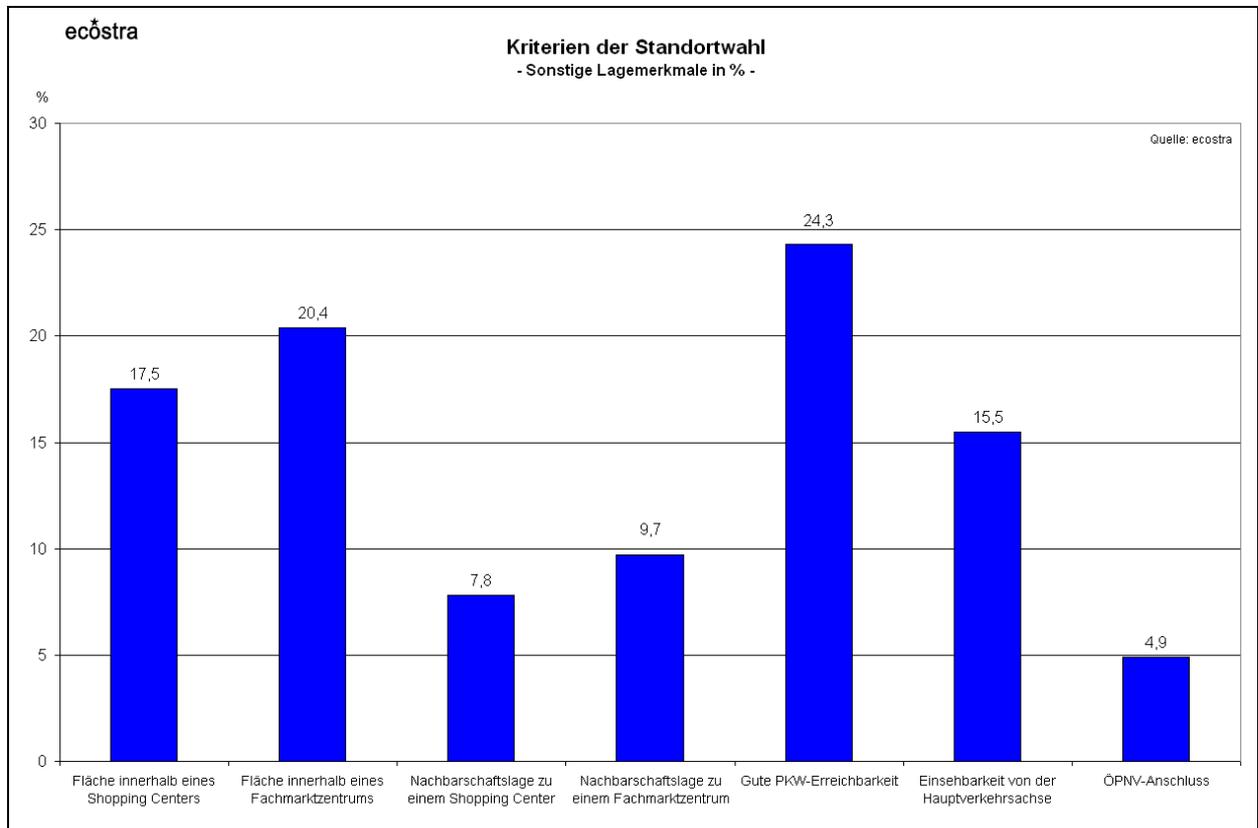


Abb. 5: Kriterien der Standortwahl: Sonstige gewünschte Lagemerkmale des Objekts



2.6 Verkaufsflächenanordnung als Kriterium der Objektauswahl

Die Unternehmensbefragung zur bevorzugten Anordnung der Verkaufsflächen zeigt eine deutliche Favorisierung ebenerdiger Geschäftsflächen:

- ca. 75 % der Filialisten suchen Verkaufsflächen im Erdgeschoss (EG)
- Kombinationen aus Verkaufsfläche im Erdgeschoss (EG) und Untergeschoss (UG) oder Erdgeschoss (EG) und 1. Obergeschoss (1.OG) werden nur selten nachgefragt
- mehr als 2 Verkaufsebenen werden von den hier befragten Unternehmen überhaupt nicht gesucht.

2.7 Außen- oder Freiverkaufsflächen als Kriterium der Objektauswahl

Außen- oder Freiverkaufsflächen außerhalb des Objekts werden von der überwiegenden Zahl der befragten Unternehmen nicht benötigt:

- für rund zwei Drittel der Unternehmen (ca. 68 %) sind keine Freiverkaufsflächen erforderlich
- ca. 31 % suchen Objekte, die über entsprechende Verkaufsflächen verfügen.

2.8 Parkplatzbedarf als Kriterium der Objektauswahl

Eigene PKW-Parkplätze am Objekt stellt für die Mehrheit der befragten Filialisten ein wünschenswertes Kriterium der Objektauswahl dar:

- ca. 51 % geben an, eigene Parkplätze am Objekt zu benötigen. Unter Berücksichtigung der möglichst guten PKW-Erreichbarkeit der Objekte sowie des als eher unwichtig erachteten ÖPNV-Anschlusses (vgl. 2.4) ein nicht besonders hoher Wert.

Abb. 6: Kriterien der Objektauswahl: Gewünschte Anordnung der Verkaufsflächen innerhalb des Objekts

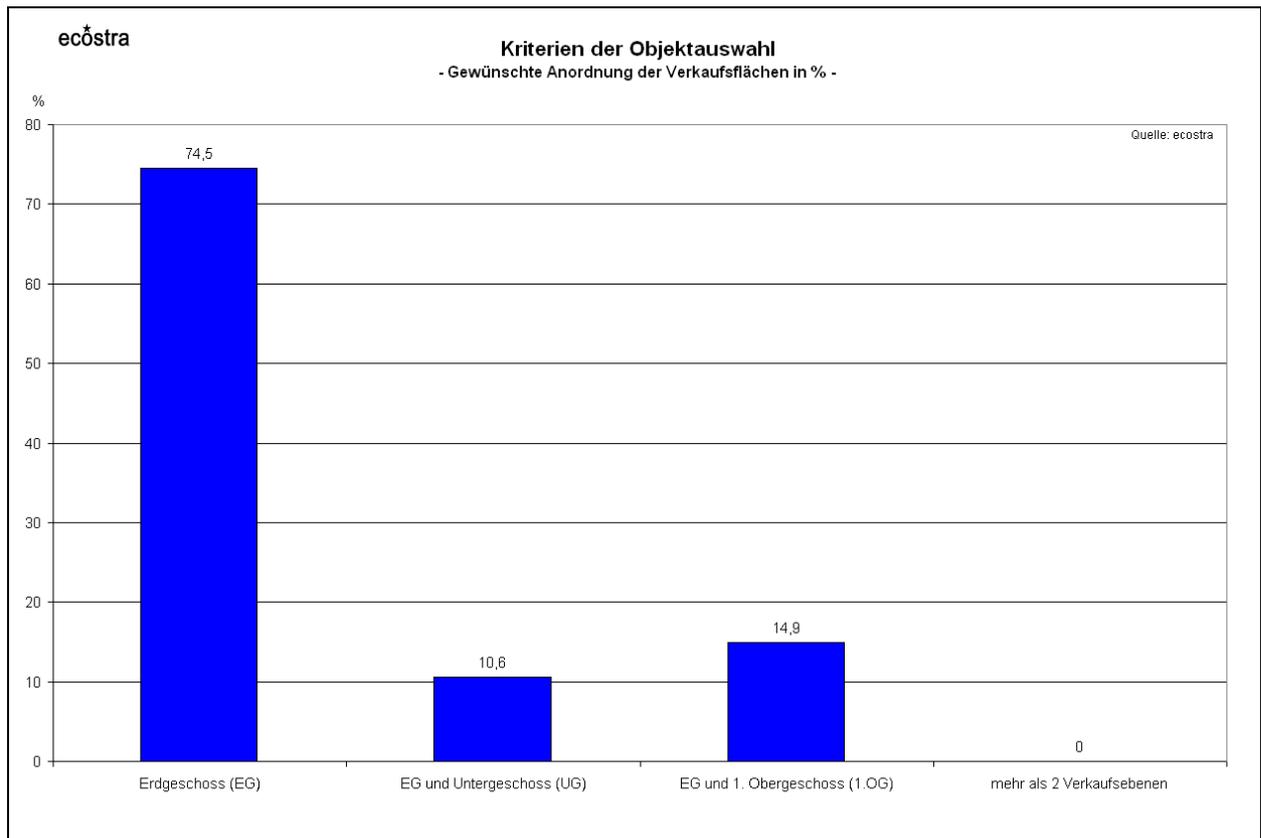
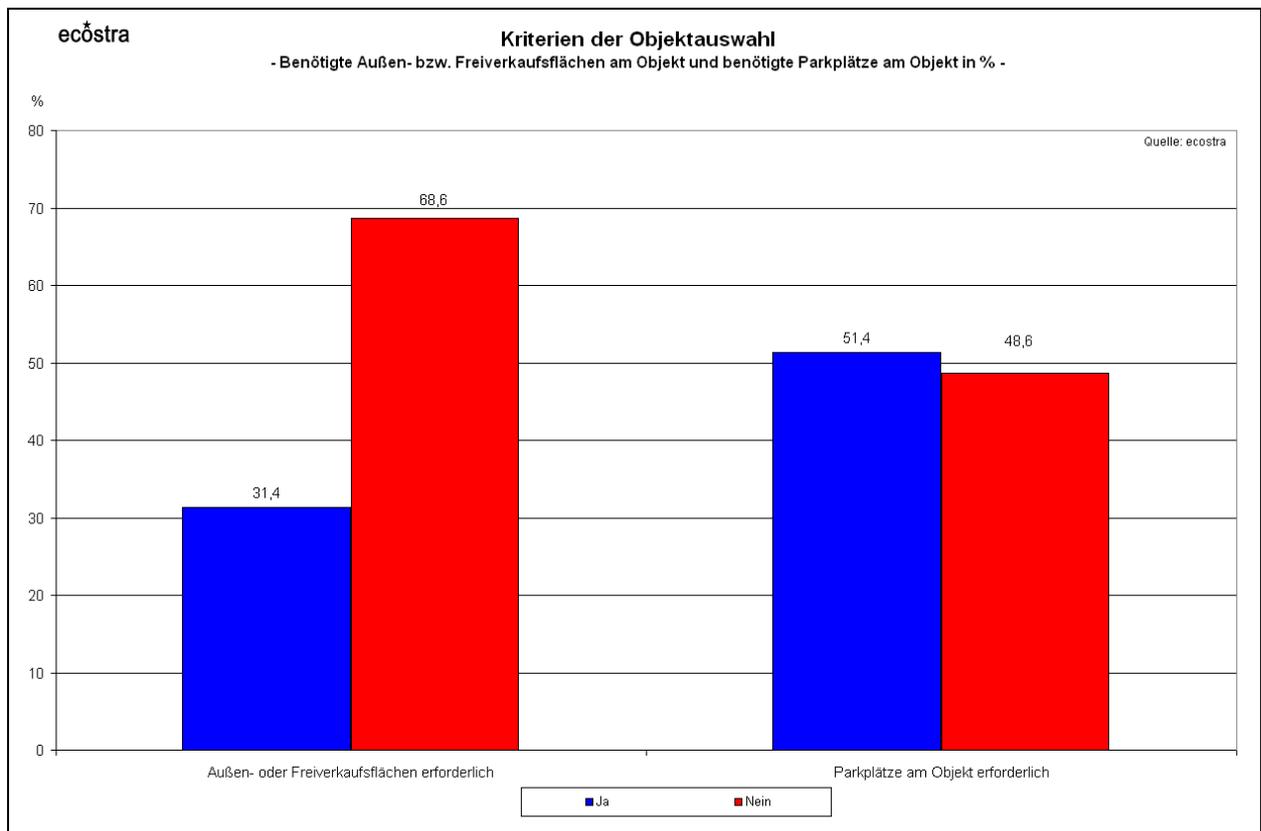


Abb. 7: Kriterien der Objektauswahl: Bedarf an Außen- bzw. Freiverkaufsflächen und PKW-Parkplätzen am Objekt



2.9 Kauf oder Miete des Objekts als Kriterium der Objektauswahl

Im Hinblick auf das bevorzugte Eigentumsverhältnis für die Nutzung eines Objekts durch die befragten Unternehmen zeigt sich folgende Tendenz:

- ca. 71 % der Befragten sind an einer Anmietung des Objekts interessiert
- kein Unternehmen ist ausschließlich am Erwerb von Objekten interessiert
- etwa ein Drittel der Filialisten zieht sowohl Objekte zur Miete als auch Objekte zum Kauf in Erwägung.

2.10 Sonstige Kriterien der Objektauswahl

Die Unternehmen wurden gebeten, anhand einer vordefinierten Liste, Merkmale des Objekts im Hinblick auf ihre Bedeutung bei einer Expansion zu bewerten:

- im direkten Vergleich sind den Unternehmen im Durchschnitt eine große Schaufensterfront sowie eigene PKW-Parkplätze am Gebäude (vgl. auch Kap. 2.8) wichtig
- Altobjekte sollten sich möglichst in einem sanierten Zustand befinden
- nachrangig wird die Entfernung zu öffentlichen Parkplätzen oder Parkhäusern bewertet sowie der bauliche Zustand des Objekts (qualifizierter Rohbau).

2.11 Sonstige gewünschte Informationen der Unternehmen

Darüber hinaus legen die befragten Filialisten auf die folgenden Informationen in Verbindung mit einem Exposé wert:

- besonders wichtig ist eine Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes
- von Bedeutung sind auch zusätzlich Informationen zum Kaufkraftniveau und zur Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde sowie Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet
- die Vorlage einer professionellen Standortanalyse eines unabhängigen Instituts ist demgegenüber deutlich seltener erforderlich.

Abb. 8: Kriterien der Objektauswahl: Kauf und / oder Miete

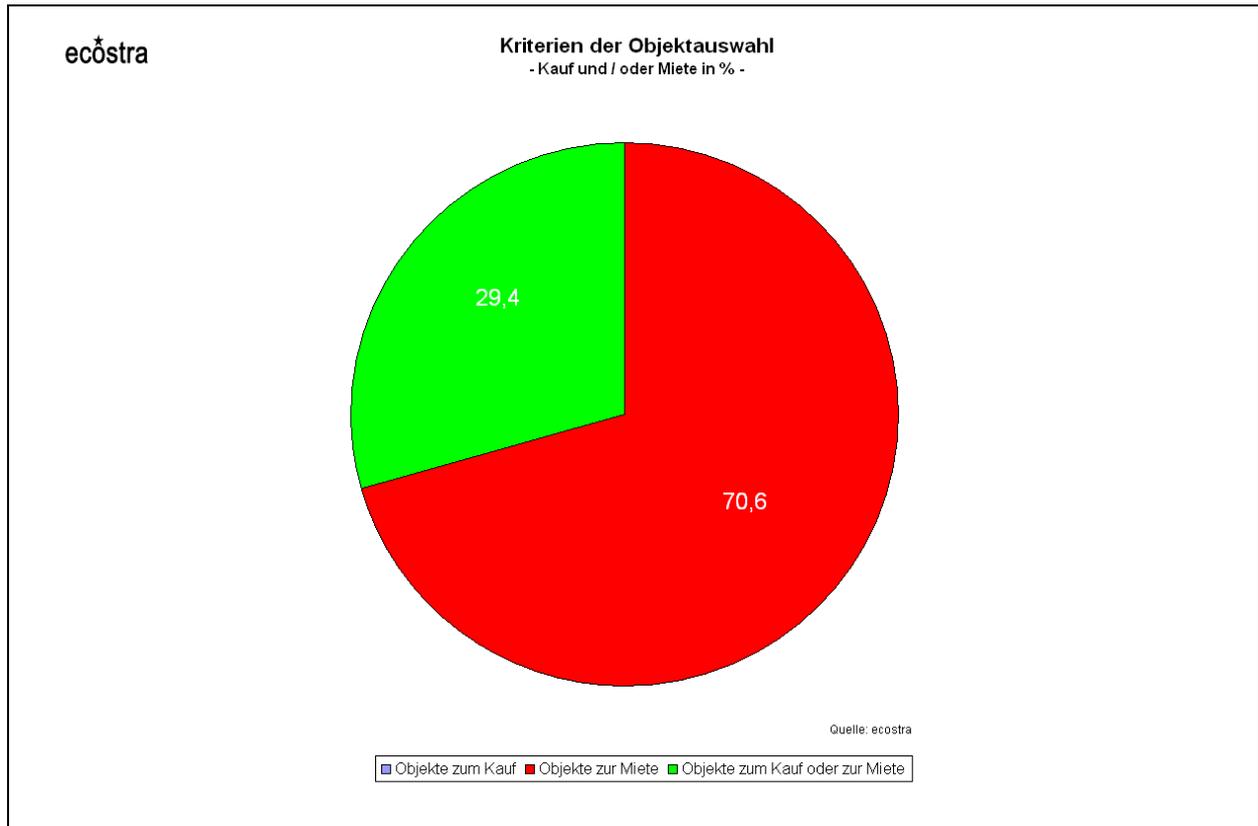


Abb. 9: Kriterien der Objektauswahl: Weitere Anforderungen an das gesuchte Objekt

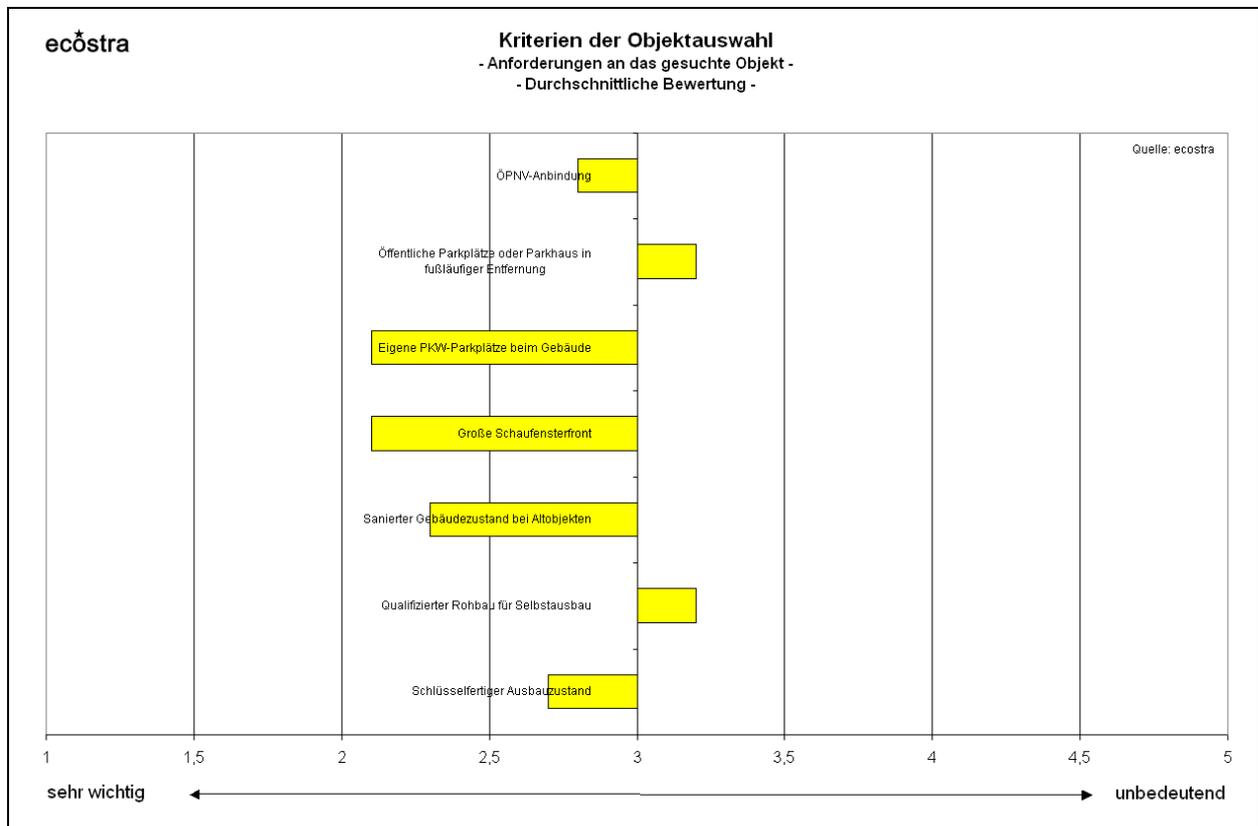
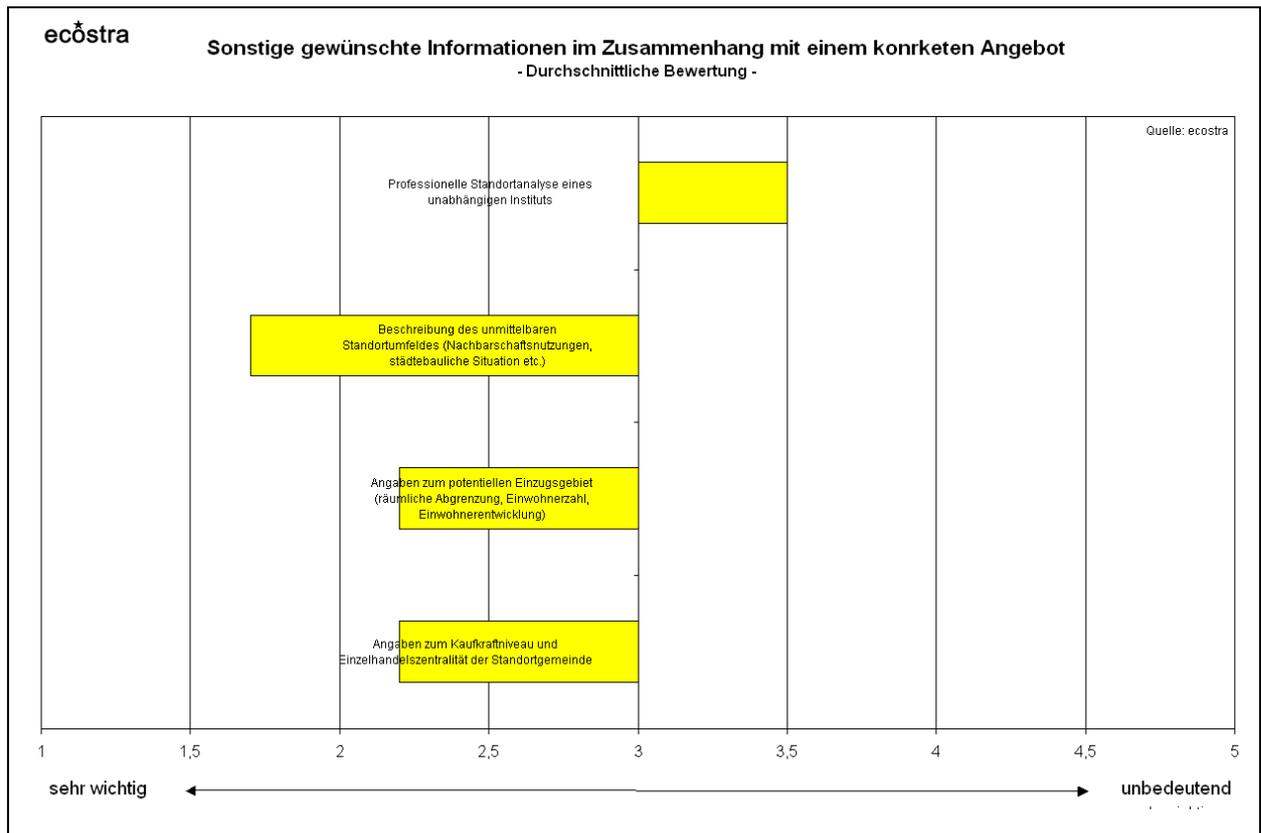


Abb. 10: Sonstige gewünschte Informationen im Zusammenhang mit dem Angebot eines Objekts



3 STANDORTORIENTIERUNGEN, OBJEKT- UND LAGEKRITERIEN DER MARKT- TEILNEHMER IM ÜBERBLICK

Im Folgenden sind die erhobenen und recherchierten Expansionsprofile der einzelnen Unternehmen im Detail dargestellt. Die Reihenfolge der aufgeführten Filialisten orientiert sich dabei zunächst an der von ecöstra verwendeten Warengruppensystematik, welche nach Branchennummer (BNR) sowie nach Warengruppen untergliedert ist (s.u.). Innerhalb der verschiedenen Branchen befinden sich die einzelnen Unternehmen in alphabetischer Ordnung. Die Unternehmen aus der Gastronomiebranche, als konsumnahe Dienstleistung, finden sich im Anschluss an die Profile der Einzelhändler, am Ende des Marktberichts.

<p>BNR (Haupt-) Warengruppe</p> <p>10 Nahrungs- und Genussmittel 11 Lebensmittel, Reformwaren 12 Getränke, Spirituosen, Tabak 13 Brot, Back- & Konditorwaren 14 Fleisch & Wurstwaren</p> <p>20 Gesundheit, Körperpflege 21 Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik 22 Apothekerwaren 23 Sanitärwaren</p> <p>30 Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf 31 Blumen, Pflanzen 32 Zoo- und Heimtierbedarf</p> <p>40 Zeitungen, Zeitschriften, Bücher 41 Zeitungen, Zeitschriften 42 Bücher</p> <p>10 bis 40 überwiegend kurzfristiger Bedarf</p> <p>50 PBS, Hobby, Bastelbedarf, Spielwaren 51 Papier-, Büro-, Schreibwaren 52 Hobby- / Bastelbedarf / Musikalien 54 Spielwaren</p> <p>60 Bekleidung, Schuhe, Sport 61 Oberbekleidung, gemischtes Sortiment 62 Damenbekleidung 63 Herrenbekleidung 64 Kinderbekleidung 65 Wäsche, Kurzwaren 66 Schuhe 67 Lederwaren 68 Sportartikel</p>	<p>BNR (Haupt-) Warengruppe</p> <p>70 GPK, Hausrat, Geschenkartikel 71 GPK, Haushaltswaren, Geschenkartikel 72 Haus-, Tisch- & Bettwäsche</p> <p>50 bis 70 überwiegend mittelfristiger Bedarf</p> <p>80 Elektrowaren 81 Weiße Ware 82 Leuchten, Elektro-Installation, Zubehör 83 Braune Ware (Radio, TV) 84 Tonträger, Bildträger 85 Telefone und Zubehör 86 Büromaschinen, Computer und Zubehör</p> <p>90 Einrichtung, Möbel 91 Möbel 92 Kucheneinrichtungen 93 Antiquitäten, Kunst 94 Tapeten, Bodenbeläge, Farben, Lacke</p> <p>100 Sonstiger Einzelhandel 101 Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf 102 Foto 103 Optik, Hörgeräte-Akustik 104 Uhren, Schmuck 105 Autozubehör 106 Sportgeräte 107 Sonstige Einzelhandelswaren</p> <p>80 bis 100 überwiegend langfristiger Bedarf</p> <p>20 bis 100 Non-Food insgesamt</p> <p>10 bis 100 Einzelhandelswaren insgesamt</p>
--	---

Als zusätzliche Hilfe bei der gezielten Suche nach einem Filialisten für einen konkreten Standortraum gibt die nachfolgende Tabelle einen nach Bundesländern gegliederten Überblick zu den jeweiligen Suchräumen der einzelnen Unternehmen.

Unternehmen	BNR	Expansion in Bundesland																Expansionsprofil ab Seite
		BW	BY	BE	BR	HB	HH	HE	MV	NI	NW	RP	SL	SN	ST	SH	TH	
ALNATURA	11	■	■	■		■	■	■		■	■	■	■			■		16
basic	11	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	19
Coma Verbrauchermarkt	11									■								22
Der Beck	13		■															25
FRISTO Getränkemarkt	12	■	■	■	■			■				■	■	■	■		■	28
GETRÄNKELAND	12				■		■		■	■					■	■		31
Glockenbrot Bäckerei	13							■			■							34
Jibi MARKT	11									■	■							37
Metzgerei Zeiss	14	■	■							■			■					40
Plus	11	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	43
REWE	11	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	46
vierlinden BIO SUPERMARKT	11	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	49
WASGAU	11											■	■					52
AVIE	22	■				■	■	■		■	■	■	■			■		55
dm	21	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	58
Mäc-Geiz	21		■	■	■	■	■	■	■	■	■			■	■	■	■	61
ROSSMANN	21	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	64
LANDFUXX	32	■	■		■			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	67
GameStop	54	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	70
ROFU Kinderland	54	■	■					■				■						73
ABC Schuh-Center	66	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	76
Adler (Fashion-Store)	61	■	■	■		■	■	■		■	■	■	■			■		79
Adler (Competence-Store)	61	■	■	■			■	■		■	■					■		82
AWG-Mode	61	■	■	■	■			■				■	■	■	■		■	85
bonprix	61	■	■	■		■	■	■		■	■	■	■			■		88
C&A Family Stores (groß)	61	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	91
C&A Family Stores (klein)	61	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	94
C&A Kids Store	64	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	97
C&A Woman	62	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	100

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite!

Fortsetzung der Tabelle von der vorhergehenden Seite!

Unternehmen	BNR	Expansion in Bundesland																Expansionsprofil ab Seite
		BW	BY	BE	BR	HB	HH	HE	MV	NI	NW	RP	SL	SN	ST	SH	TH	
Ernsting's family	64	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	103
FRANKONIA	63	■	■							■				■				106
INTERSPORT	68			■	■									■	■		■	109
K+K Schuh-Center	66	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	112
mayer	66	■	■						■				■	■				115
Mayer's Markenschuhe	66		■		■									■	■		■	118
MODEPARK RÖTHER	61	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	121
PALMERS	65	■	■					■	■		■							124
payless	66	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	127
RENO City	66	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	130
RENO Urban	66	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	133
Schuhhaus WERDICH	66	■	■															136
Schuhpark	66						■	■	■		■	■					■	139
street	66	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	142
BUTLERS	71	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	145
Gebers	72	■	■						■		■	■	■				■	148
Käthe Wohlfahrt	71			■				■			■							151
KODi	71								■		■	■						154
TEDI	71	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	157
wicky	71	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	160
ATELCO Computer	86	■	■	■								■	■					163
Media Markt	83	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	166
ProMarkt	83	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	169
Saturn	83	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	172
Carpri	94			■	■				■		■				■			175
DÄNISCHES BETTENLAGER	91	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	178
ROLLER	91	■	■	■	■	■	■	■	■		■	■	■					181
TTL TTM	94	■										■						184
OBI	101	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	187
toom BauMarkt	101	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	190
Joey's	Gastro	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	193
nat.	Gastro	■	■				■	■	■		■	■						196

ALNATURA

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 100.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1b-Lage) • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptver-kehrachsachse • ÖPNV-Anschluss

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude bzw. Projektentwicklungen
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 500 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 200 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 60 Parkplätze • bei Fachmärkten in City-Lage mindes-tens 20 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Min-destlaufzeit des Mietvertrages von 10 Jahren + weitere Optionen)

ALNATURA

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					■
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau	■				
• sanierter Gebäudezustand bei Altbauobjekten		■			
• große Schaufensterfront	■				
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung			■		
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)		■			
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde		■			
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)		■			
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.2 basic

Firmenangaben

Firma:

basic Aktiengesellschaft Lebensmittelhandel

Branchenzuordnung:

(BNR 11):
Lebensmittel, Reformwaren

Ansprechpartner:



Kontaktadresse:



Bio für alle

Räumliche Expansionsschwerpunkte



Expansionsschwerpunkte:

- Baden-Württemberg
- Bayern
- Berlin
- Brandenburg
- Bremen
- Hamburg
- Hessen
- Mecklenburg-Vorpommern
- Niedersachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Rheinland-Pfalz
- Saarland
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Schleswig-Holstein
- Thüringen

Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:

- offen / keine nähere Eingrenzung

basic

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 100.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1b-Lage) • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent- rums • Nachbarschaftslage zu einem Fach- marktzentrum • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptver- kehrsachse • ÖPNV-Anschluss

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 3.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits rea- lisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 500 m² VK • maximal ca. 1.200 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 200 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich • je nach Lage, mindestens 30 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindest- laufzeit des Mietvertrages von 10 Jahren)

basic

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand		■			
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau				■	
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten			■		
• große Schaufensterfront		■			
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude		■			
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung		■			
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)		■			
• Sonstiges: keine Stufen	■				
<i>Bemerkung: Keine</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde		■			
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)				■	
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.3 Coma Verbrauchermarkt

Firmenangaben	
<p>Firma: Coma Verbrauchermarkt, Gebr. Cordes GmbH & Co. KG</p>	
<p>Branchenzuordnung: (BNR 11): Lebensmittel, Reformwaren</p>	
<p>Ansprechpartner: [REDACTED]</p>	
<p>Kontaktadresse: [REDACTED]</p>	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	<p>Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Niedersachsen
	<p>Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Coma Verbrauchermarkt

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 3.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 4.800 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 6.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur unbebaute Grundstücke
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl

Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 1.500 m² VK • maximal ca. 2.400 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 400 – 600 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf <i>und / oder</i> • Miete

Coma Verbrauchermarkt

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.4 Der Beck

Firmenangaben	
<p>Firma: Der Beck GmbH</p>	
<p>Branchenzuordnung: (BNR 13): Brot, Back- & Konditorwaren</p>	
<p>Ansprechpartner: [REDACTED]</p>	
<p>Kontaktadresse: [REDACTED]</p>	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	<p>Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bayern
	<p>Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • innerhalb Metropolregion Nürnberg • ca. 70 km Umkreis um Zentrale in Erlangen

Der Beck

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum • Streulage / Solitärstandort • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse • ÖPNV-Anschluss

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 600 m² • mindestens 1.500 m² (bei Drive-In)
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 150 m² VK • maximal ca. 300 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 30 m² (Außenbestuhlung)
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 30 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf <i>und / oder</i> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 5 Jahren)

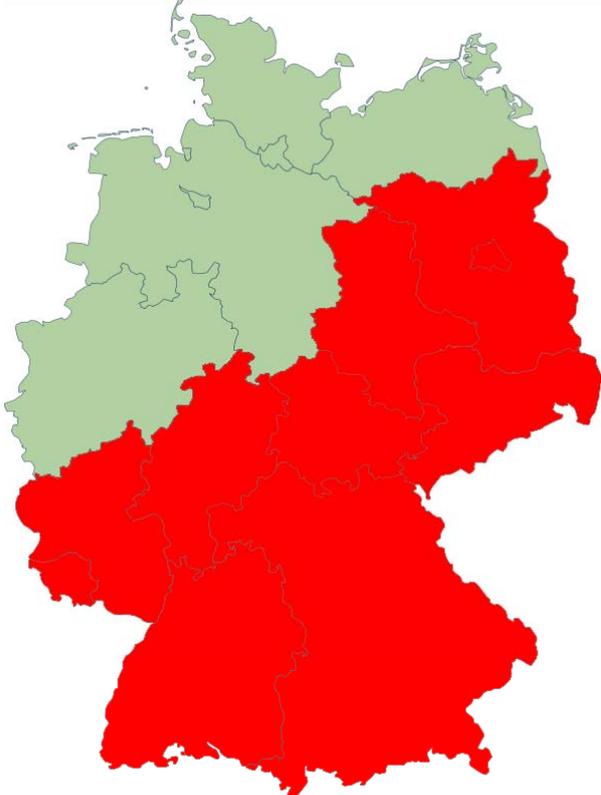
Der Beck

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					■
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					■
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					■
• große Schaufensterfront				■	
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude				■	
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					■
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					■
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					■
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)			■		
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes				■	
• Sonstiges:					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.5 FRISTO Getränkemarkt

Firmenangaben	
Firma: Fristo Getränkemarkt GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 12): Getränke, Spirituosen, Tabak	
Ansprechpartner: 	
Kontaktadresse: 	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Hessen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Thüringen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

FRISTO Getränkemarkt

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 10.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 12.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum • Streulage / Solitärstandort • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 2.500 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 400 m² VK • maximal ca. 600 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 150 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 10 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf <i>und / oder</i> • Miete

FRISTO Getränkemarkt

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					■
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					■
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten			■		
• große Schaufensterfront			■		
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung			■		
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde		■			
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)	■				
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)		■			
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					■
• Sonstiges: PKW-Frequenz	■				
<i>Bemerkung: Keine</i>					

GETRÄNKELAND

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 2.500 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 5.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • gute PKW-Erreichbarkeit

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 2.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • Kaufpreis

Kriterien der Objektauswahl

Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 300 m² VK • maximal ca. 500 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 80 m²
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 20 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 30 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 3 Jahren)

GETRÄNKELAND

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					■
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					■
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					■
• große Schaufensterfront					■
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					■
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde	■				
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)	■				
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)				■	
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.7 Glockenbrot Bäckerei

Firmenangaben	
<p>Firma: Glockenbrot Bäckerei GmbH & Co. oHG</p>	
<p>Branchenzuordnung: (BNR 13): Brot, Back- & Konditorwaren</p>	
<p>Ansprechpartner: [Redacted]</p>	
<p>Kontaktadresse: [Redacted]</p>	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	<p>Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hessen • Nordrhein-Westfalen
	<p>Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ca. 100 km um Frankfurt am Main

Glockenbrot Bäckerei

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 20.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 20.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Hauptverkehrsstraße (1b-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptver-kehrachsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 200 – 300 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits rea-lisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl

Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 80 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 15 m²
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. ab 15 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Min-destlaufzeit des Mietvertrages von 5 Jahren)

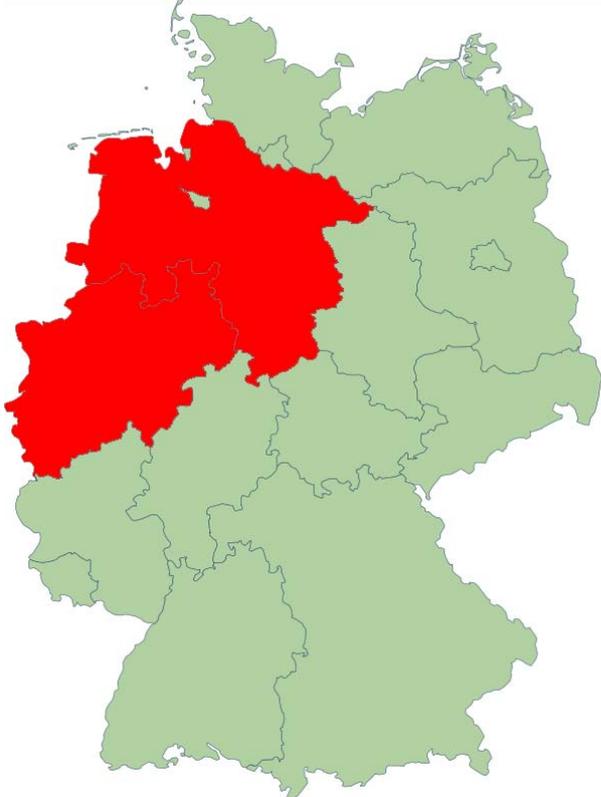
Glockenbrot Bäckerei

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand	■				
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront	■				
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)	■				
• Sonstiges: Hauptverkehrsstraße	■				
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Rohbau, Gebäudezustand und öffentliche Parkplätze</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde	■				
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)	■				
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Standortanalyse und Sonstiges</i>					

3.8 Jibi MARKT

Firmenangaben	
Firma: Jibi Handel GmbH & Co.	
Branchenzuordnung: (BNR 11): Lebensmittel, Reformwaren	
Ansprechpartner: [REDACTED]	
Kontaktadresse: [REDACTED]	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Nordrhein-Westfalen • Niedersachsen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Jibi MARKT

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 5.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 5.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • gute PKW-Erreichbarkeit

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 4.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • ebenerdig

Kriterien der Objektauswahl	
Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 1.200 m² VK • maximal ca. 1.900 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 200 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 60 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf <i>und / oder</i> • Miete

Jibi MARKT

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand			■		
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau			■		
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten		■			
• große Schaufensterfront					■
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung		■			
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)		■			
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde		■			
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)	■				
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes		■			
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Metzgerei Zeiss

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> nicht relevant
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage) Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> Fläche innerhalb eines Shopping Centers Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl

Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> mindestens ca. 80 m² VK maximal ca. 120 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> ca. 20 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> Miete

Metzgerei Zeiss

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand	■				
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten	■				
• große Schaufensterfront	■				
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude			■		
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung			■		
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)		■			
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Rohbau und Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde	■				
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)		■			
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes	■				
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.10 Plus

Firmenangaben	
Firma: Plus Warenhandelsgesellschaft mbH	
Branchenzuordnung: (BNR 11): Lebensmittel, Reformwaren	
Ansprechpartner: ■■■■■■■■■■	
Kontaktadresse: ■■■■■■■■■■ ■■■■■■■■■■ ■■■■■■■■■■	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Plus

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 5.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 10.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptver-kehr-sachse • ergänzender Einzelhandel • ebenerdig

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 4.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits rea-lisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 650 m² VK • maximal ca. 700 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 150 – 200 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 70 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

Plus

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.11 REWE

Firmenangaben

Firma:

REWE Deutscher Supermarkt KGaA

Branchenzuordnung:

(BNR 11):
Lebensmittel, Reformwaren

Ansprechpartner:



Kontaktadresse:



Räumliche Expansionsschwerpunkte



Expansionsschwerpunkte:

- Baden-Württemberg
- Bayern
- Berlin
- Brandenburg
- Bremen
- Hamburg
- Hessen
- Mecklenburg-Vorpommern
- Niedersachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Rheinland-Pfalz
- Saarland
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Schleswig-Holstein
- Thüringen

Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:

- offen / keine nähere Eingrenzung

REWE

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 5.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 10.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt • sonstige Nebeneinkaufslage • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • gute PKW-Erreichbarkeit • ÖPNV-Anschluss

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 5.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 1.200 m² VK (Innenstädte mindestens ca. 700 m² VK) • maximal ca. 3.000 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • erforderlich bei Fahrstandorten
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf <i>und / oder</i> • Miete

REWE

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.12 vierlinden BIO SUPERMARKT

Firmenangaben	
Firma: BIOKONZEPT Gesellschaft für die Entwicklung und Betreuung von Bio-Fachmärkten mbH	
Branchenzuordnung: (BNR 11): Lebensmittel, Reformwaren	
Ansprechpartner: [Redacted]	
Kontaktadresse: [Redacted]	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • bundesweit in Städten ab 60.000 Einwohnern

vierlinden BIO SUPERMARKT

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 50.000 Einwohner • mindestens 20.000 Einwohner (Kerneinzugsgebiet bei hoher, überdurchschnittlicher Kaufkraft)
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse • ÖPNV-Anschluss • gut frequentierte Sichtlagen von Fußgängerzonen, Einzelhandels- oder Dienstleistungsagglomerationen • etablierte Einkaufschwerpunkte in Verbindung mit anderen Anbietern des täglichen Bedarfs • ebenerdig

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 600 m² VK • maximal ca. 1.200 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • erforderlich bzw. ausreichendes Angebot an öffentlichen Parkplätzen im direkten Umfeld
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

vierlinden BIO SUPERMARKT

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.13 WASGAU

Firmenangaben	
Firma: WASGAU Produktions & Handels AG	
Branchenzuordnung: (BNR 11): Lebensmittel, Reformwaren	
Ansprechpartner: [Redacted]	
Kontaktadresse: [Redacted]	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Rheinland-Pfalz • Saarland
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Radius ca. 200 km um den zentralen Standort Pirmasens

WASGAU

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 2.500 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 10.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum • Streulage / Solitärstandort • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 5.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 1.500 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 150 m²
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 500 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 120 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 10 – 15 Jahren)

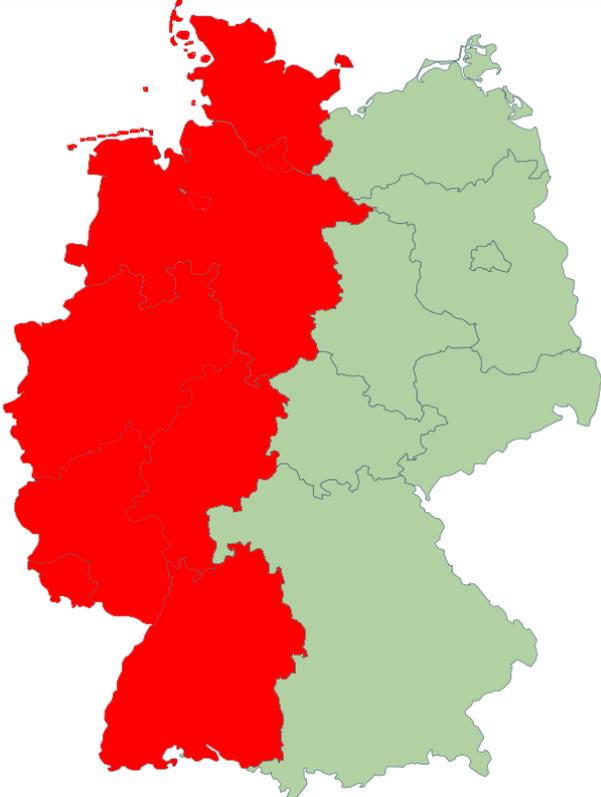
WASGAU

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand	■				
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung			■		
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Rohbau, Gebäudezustand, Schaufensterfront und Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde		■			
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)		■			
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)		■			
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.14 AVIE

Firmenangaben	
Firma: AVIE GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 22): Apothekerwaren	
Ansprechpartner: 	
Kontaktadresse: 	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bremen • Hamburg • Hessen • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Schleswig-Holstein
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

AVIE

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 30.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage) • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • gute PKW-Erreichbarkeit • Frequenz

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits rea-lisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 130 m² GLA¹ • maximal ca. 250 m² GLA
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich (jedoch Außenanbin-dung)
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Min-destlaufzeit des Mietvertrages von 10 Jahren)

¹ GLA = Gross Leasable Area (Bruttomietfläche)

AVIE

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand		■			
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten		■			
• große Schaufensterfront		■			
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Rohbau, öffentliche Parkplätze und Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde		■			
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)	■				
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes		■			
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.15 dm

Firmenangaben	
Firma: dm-drogerie markt GmbH + Co. KG	
Branchenzuordnung: (BNR 21): Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik	
Ansprechpartner: 	
Kontaktadresse: 	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

dm

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 20.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage) • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • in Kombination mit Lebensmittel und anderen Geschäften des täglichen Bedarfs • ebenerdig

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 300 m² VK • maximal ca. 800 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 80 – 100 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 50 Parkplätze (bei Fachmarkt-lagen)
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (möglichst langfristige Mietverträge)

dm

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Mäc-Geiz

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 15.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage) und (1b-Lage) • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Fläche innerhalb eines Shopping Cen-ters • gute PKW-Erreichbarkeit • ÖPNV-Anschluss

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 350 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 50 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

Mäc-Geiz

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					■
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					■
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.17 ROSSMANN

Firmenangaben	
Firma: Dirk Rossmann GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 21): Drogeriewaren, Parfümerie, Tabak	
Ansprechpartner: [REDACTED]	
Kontaktadresse: [REDACTED]	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	<p>Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	<p>Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

ROSSMANN

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 8.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage) und (1b-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Fußgängerzone • ergänzender Mix mit Lebensmittel / Dis-counter, Textil- und Schuhfilialisten

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 400 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

ROSSMANN

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.18 LANDFUXX

Firmenangaben	
<p>Firma: Landfuxx GmbH</p> <p>Branchenzuordnung: (BNR 32): Zoo- und Heimtierbedarf</p> <p>Ansprechpartner: [REDACTED]</p> <p>Kontaktadresse: [REDACTED]</p>	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	<p>Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Brandenburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen <p>Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • bevorzugt: Orte mit 3.000 bis 10.000 Einwohnern

LANDFUXX

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 3.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 5.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Streulage / Solitärstandort • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • gute PKW-Erreichbarkeit

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl

Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 500 m² VK • maximal ca. 1.200 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 200 m²
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 100 – 150 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 10 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 5 Jahren)

LANDFUXX

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand				■	
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau				■	
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten				■	
• große Schaufensterfront					■
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung				■	
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde			■		
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)		■			
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)		■			
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.19 GameStop

Firmenangaben	
Firma: GameStop Deutschland GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 54): Spielwaren	
Ansprechpartner: 	
Kontaktadresse: 	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

GameStop

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 60.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 90.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • hohe Passantenfrequenz (min. 10.000 / Tag) • nächster GameStop-Store min. 2 km entfernt

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 100 m² VK (+ / - 15 %)
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

GameStop

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.20 ROFU Kinderland

Firmenangaben	
<p>Firma: ROFU Kinderland Spielwarenhandelsgesellschaft mbH</p>	
<p>Branchenzuordnung: (BNR 54): Spielwaren</p>	
<p>Ansprechpartner: [Redacted]</p>	
<p>Kontaktadresse: [Redacted]</p>	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	<p>Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Hessen • Rheinland-Pfalz
	<p>Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Großraum Hof, Bamberg, Weiden, Kulmbach, Cham, Würzburg, Wertheim, Bad Mergentheim, Rothenburg

ROFU Kinderland

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 100.000 Einwohner (20 km Umkreis)
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse • ebenerdig

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 800 m² VK • maximal ca. 1.000 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 50 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (möglichst langfristige Mietverträge)

ROFU Kinderland

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.21 ABC Schuh-Center

Firmenangaben

Firma: ABC Schuh-Center GmbH
Branchenzuordnung: (BNR 66): Schuhe
Ansprechpartner: [REDACTED]
Kontaktadresse: [REDACTED]



Räumliche Expansionsschwerpunkte



Expansionsschwerpunkte:
<ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:
<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

ABC Schuh-Center

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 10.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptver-kehrachsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits rea-lisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant

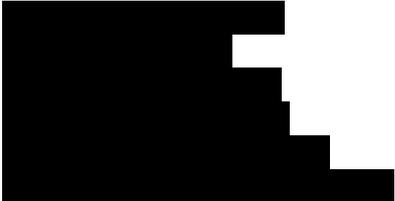
Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 400 m² VK • maximal ca. 700 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 40 m²
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 30 – 35 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 30 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Min-destlaufzeit des Mietvertrages von 10 Jahren)

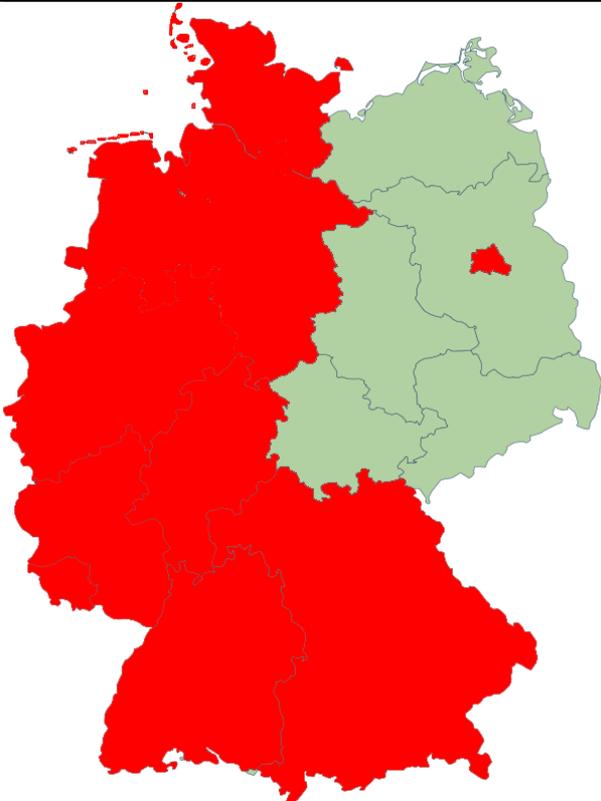
ABC Schuh-Center

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand	■				
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					■
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten	■				
• große Schaufensterfront	■				
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung				■	
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde	■				
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)	■				
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.22 Adler (Fashion-Store)

Firmenangaben	
Firma: Adler Modemärkte GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 61): Oberbekleidung, gemischtes Sortiment	
Ansprechpartner: 	
Kontaktadresse: 	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Bremen • Hamburg • Hessen • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Schleswig-Holstein
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Adler (Fashion-Store)

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 50.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 120.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 550 m² VK • maximal ca. 700 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 100 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

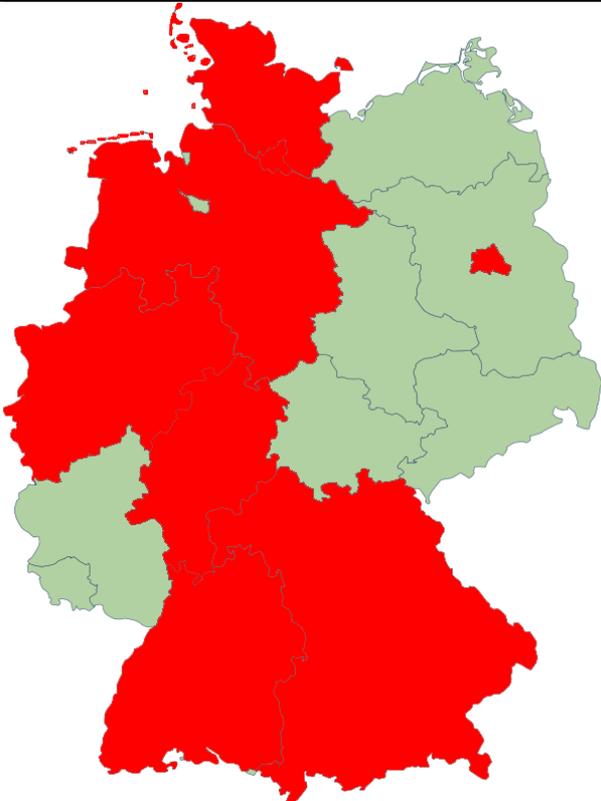
Adler (Fashion-Store)

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand			■		
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau			■		
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten			■		
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung		■			
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)		■			
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Schaufensterfront, PKW-Parkplätze und Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)		■			
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Kaufkraftniveau, Einzugsgebiet und Sonstiges</i>					

3.23 Adler (Competence-Store)

Firmenangaben	
Firma: Adler Modemärkte GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 61): Oberbekleidung, gemischtes Sortiment	
Ansprechpartner: [Redacted]	
Kontaktadresse: [Redacted]	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Hamburg • Hessen • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Schleswig-Holstein
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Adler (Competence-Store)

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 250.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzentums • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

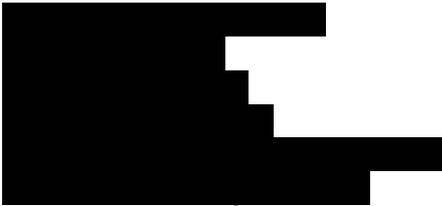
Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 1.600 m² VK • maximal ca. 2.200 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • EG und 1. Obergeschoss (1. OG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 200 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 150 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 10 Jahren)

Adler (Competence-Store)

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand			■		
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau			■		
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront		■			
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude		■			
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung			■		
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Gebäudezustand und Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde			■		
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)		■			
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes		■			
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.24 AWG-Mode

Firmenangaben	
Firma: AWG-Mode Allgemeine Warenvertriebsgesellschaft mbH	
Branchenzuordnung: (BNR 61): Oberbekleidung, gemischtes Sortiment	
Ansprechpartner: 	
Kontaktadresse: 	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Hessen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Thüringen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • PLZ-Bereiche 0, 1, 3, 6, 7, 8 und 9

AWG-Mode

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 15.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 30.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt • sonstige Nebeneinkaufslage • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center • gute PKW-Erreichbarkeit

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 700 m² VK (Gewerbegebiet) • mindestens ca. 950 m² VK (Sondergebiet)
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 130 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 45 Parkplätze (Gewerbegebiet) • mindestens 60 Parkplätze (Sondergebiet)
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

AWG-Mode

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.25 bonprix

Firmenangaben	
Firma: Bon Prix Handelsgesellschaft mbH	
Branchenzuordnung: (BNR 61): Oberbekleidung, gemischtes Sortiment	
Ansprechpartner: ■ ■	
Kontaktadresse: 	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Bremen • Hamburg • Hessen • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Schleswig-Holstein
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

bonprix

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 50.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 100.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage) und (1b-Lage) • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzentums • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 200 m² VK • maximal ca. 500 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 50 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

bonprix

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand	■				
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten	■				
• große Schaufensterfront	■				
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude		■			
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung	■				
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Rohbau und Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde	■				
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)	■				
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

C&A Family Stores (groß)

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 50.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 2.000 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • EG und Untergeschoss (UG) • EG und 1. Obergeschoss (1. OG) (jeweils Anbindung über Rolltreppe / Aufzug)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 200 – 300 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

C&A Family Stores (groß)

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.27 C&A Family Stores (klein)

Firmenangaben	
<p>Firma: C&A Mode KG</p>	
<p>Branchenzuordnung: (BNR 61): Oberbekleidung, gemischtes Sortiment</p>	
<p>Ansprechpartner: [REDACTED]</p>	
<p>Kontaktadresse: [REDACTED]</p>	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	<p>Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	<p>Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

C&A Family Stores (klein)

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> maximal 50.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> offen / keine nähere Eingrenzung
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> Fläche innerhalb eines Shopping Centers Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> mindestens ca. 800 m² VK maximal ca. 1.500 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> Erdgeschoss (EG) EG und Untergeschoss (UG) EG und 1. Obergeschoss (1. OG) (jeweils Anbindung über Rolltreppe / Aufzug)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> ca. 140 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> offen / keine nähere Eingrenzung
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> Miete

C&A Family Stores (klein)

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.28 C&A Kids Store

Firmenangaben	
<p>Firma: C&A Mode KG</p>	
<p>Branchenzuordnung: (BNR 64): Kinderbekleidung</p>	
<p>Ansprechpartner: [REDACTED]</p>	
<p>Kontaktadresse: [REDACTED]</p>	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	<p>Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	<p>Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

C&A Kids Store

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 20.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl

Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 300 m² VK • maximal ca. 400 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • EG und Untergeschoss (UG) • EG und 1. Obergeschoss (1. OG) (jeweils Anbindung über Rolltreppe / Aufzug)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 100 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

C&A Kids Store

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.29 C&A Women

Firmenangaben	
Firma: C&A Mode KG	
Branchenzuordnung: (BNR 62): Damenbekleidung	
Ansprechpartner: ■■■■■■■■■■	
Kontaktadresse: ■■■■■■■■■■ ■■■■■■■■■■ ■■■■■■■■■■	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

C&A Women

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 20.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl

Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 600 m² VK • maximal ca. 800 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • EG und Untergeschoss (UG) • EG und 1. Obergeschoss (1. OG) (jeweils Anbindung über Rolltreppe / Aufzug)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 140 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

C&A Women

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.30 Ernsting's family

Firmenangaben

Firma:

Ernsting's family GmbH & Co. KG

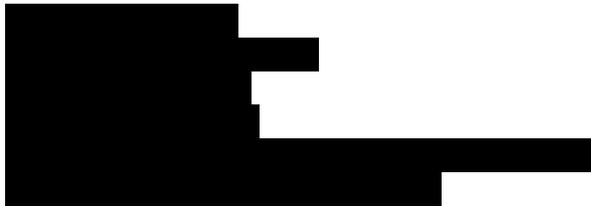
Branchenzuordnung:

(BNR 64):
Kinderbekleidung

Ansprechpartner:



Kontaktadresse:



Ernsting's family

Räumliche Expansionsschwerpunkte



Expansionsschwerpunkte:

- Baden-Württemberg
- Bayern
- Berlin
- Brandenburg
- Bremen
- Hamburg
- Hessen
- Mecklenburg-Vorpommern
- Niedersachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Rheinland-Pfalz
- Saarland
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Schleswig-Holstein
- Thüringen

Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:

- südliche Expansionsgrenze auf Höhe von Karlsruhe

Ernsting's family

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 15.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage) und (1b-Lage) • sonstige Nebeneinkaufslage • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Fläche innerhalb eines Shopping Cen-ters • 6 – 10 m Frontbreite • ebenerdig

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 5.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 150 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 30 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

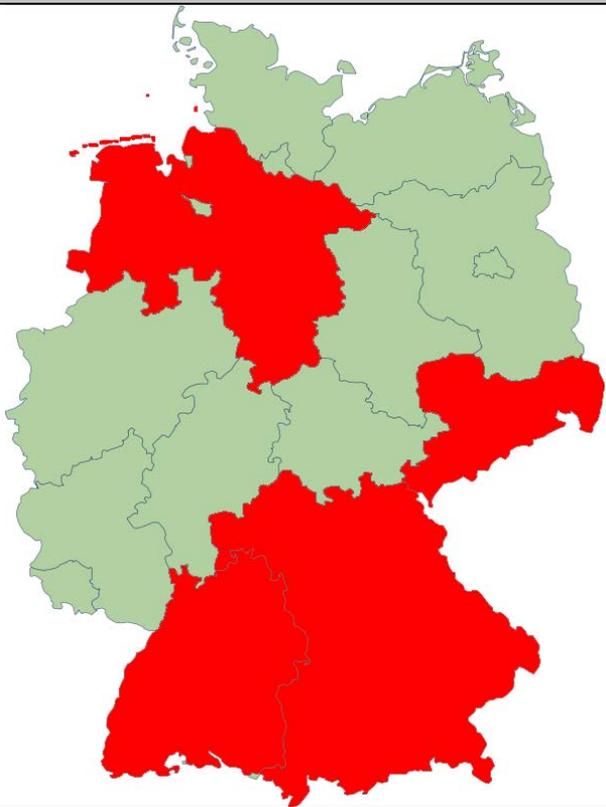
Ernsting's family

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.31 FRANKONIA

Firmenangaben	
Firma: Frankonia Handels GmbH & Co. KG	
Branchenzuordnung: (BNR 63): Herrenbekleidung	
Ansprechpartner: [REDACTED]	
Kontaktadresse: [REDACTED]	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Niedersachsen • Sachsen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

FRANKONIA

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • gute PKW-Erreichbarkeit

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 1.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl

Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 400 m² VK • maximal ca. 800 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 200 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 10 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 5 Jahren)

FRANKONIA

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand			■		
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau			■		
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten		■			
• große Schaufensterfront					■
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu öffentliche Parkplätze, ÖPNV-Anbindung und Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde				■	
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)			■		
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					■
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.32 INTERSPORT

Firmenangaben

Firma:

Sportpoint Holding GmbH & Co. KG

Branchenzuordnung:

(BNR 68):
Sportartikel

Ansprechpartner:



Kontaktadresse:



Räumliche Expansionsschwerpunkte



Expansionsschwerpunkte:

- Berlin
- Brandenburg
- Mecklenburg-Vorpommern
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Thüringen

Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:

- offen / keine nähere Eingrenzung

INTERSPORT

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 50.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 120.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl

Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 600 m² VK • maximal ca. 1.800 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • EG und Untergeschoss (UG) • EG und 1. Obergeschoss (1. OG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 100 – 250 m² (ca. 15 % der VK)
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

INTERSPORT

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand		■			
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau				■	
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten			■		
• große Schaufensterfront			■		
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					■
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung		■			
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)		■			
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde	■				
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)	■				
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)			■		
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.33 K+K Schuh-Center

Firmenangaben	
Firma: K+K Shoe Market GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 66): Schuhe	
Ansprechpartner: [REDACTED]	
Kontaktadresse: [REDACTED]	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

K+K Schuh-Center

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 10.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptver-kehrsbachse

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits rea-lisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 400 m² VK • maximal ca. 700 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 40 m²
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 30 – 35 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 30 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Min-destlaufzeit des Mietvertrages von 10 Jahren)

K+K Schuh-Center

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand	■				
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					■
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten	■				
• große Schaufensterfront	■				
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung				■	
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde	■				
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)	■				
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.34 mayer

Firmenangaben	
Firma: HR Group Verwaltungs GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 66): Schuhe	
Ansprechpartner: [REDACTED]	
Kontaktadresse: [REDACTED]	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Hessen • Rheinland-Pfalz • Saarland
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Schwerpunkt Süddeutschland

mayer

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 40.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • erforderlich
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Galerien, gehobene SB-Warenhäuser • ebenerdiger Eingang

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 250 m² VK • maximal ca. 350 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • EG und Untergeschoss (UG) • EG und 1. Obergeschoss (1. OG) (jeweils Anbindung mit Aufzug)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • erforderlich
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

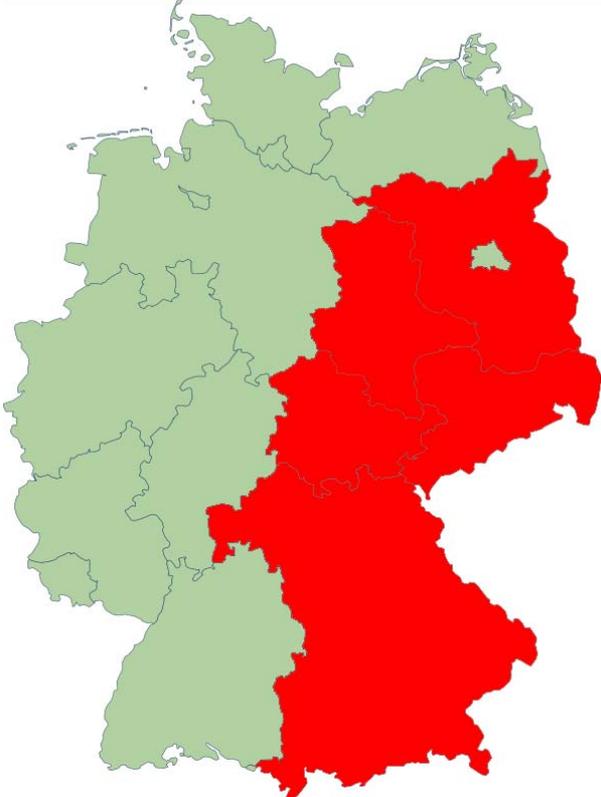
mayer

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.35 Mayer's Markenschuhe

Firmenangaben	
Firma: Mayer's Markenschuhe GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 66): Schuhe	
Ansprechpartner: [REDACTED]	
Kontaktadresse: [REDACTED]	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Bayern (Nord) • Brandenburg • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Thüringen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Mayer's Markenschuhe

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 20.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 40.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage) • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Fläche innerhalb eines Shopping Cen-ters • gute PKW-Erreichbarkeit

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits rea-lisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 250 m² VK • maximal ca. 500 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • EG und Untergeschoss (UG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 50 m²
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 50 – 100 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Min-destlaufzeit des Mietvertrages von 10 Jahren)

Mayer's Markenschuhe

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand		■			
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altbauobjekten		■			
• große Schaufensterfront	■				
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung		■			
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Rohbau, PKW-Parkplätze, ÖPNV-Anbindung und Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde		■			
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)	■				
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)		■			
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Standortanalyse und Sonstiges</i>					

3.36 MODEPARK RÖTHER

Firmenangaben	
Firma: Modemark Röther GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 61): Oberbekleidung, gemischtes Sortiment	
Ansprechpartner: 	
Kontaktadresse: 	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

MODEPARK RÖTHER

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • gute PKW-Erreichbarkeit

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 6.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 4.000 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 150 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf <i>und / oder</i> • Miete

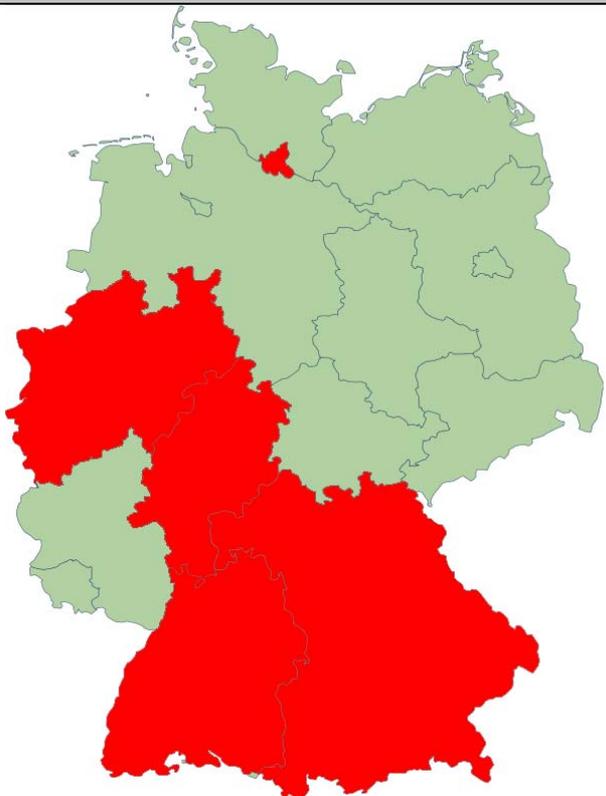
MODEPARK RÖTHER

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau	■				
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude		■			
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Ausbauzustand, Gebäudezustand, Schaufensterfront, öffentliche Parkplätze, ÖPNV-Anbindung und Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde	■				
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)	■				
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Standortanalyse und Sonstiges</i>					

3.37 PALMERS

Firmenangaben	
<p>Firma: Palmers Deutschland GmbH & Co. KG</p>	
<p>Branchenzuordnung: (BNR 65): Wäsche, Kurzwaren</p>	
<p>Ansprechpartner: [REDACTED]</p>	
<p>Kontaktadresse: [REDACTED]</p>	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	<p>Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Hamburg • Hessen • Nordrhein-Westfalen
	<p>Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Städte ab 100.000 Einwohner (Stadtgebiet)

PALMERS

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 100.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 250.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Center ab 20.000 m² VK

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 120 m² VK • maximal ca. 190 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • EG und 1. Obergeschoss (1. OG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 10 – 20 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 5 Jahren)

PALMERS

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					■
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau	■				
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront	■				
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					■
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung			■		
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)			■		
• Sonstiges: wertiger Mieterbesatz	■				
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Gebäudezustand</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde		■			
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)		■			
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)				■	
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					■
• Sonstiges: Besatzbeschreibung	■				
<i>Bemerkung: Keine</i>					

3.38 payless

Firmenangaben	
Firma: HR Group Verwaltungs GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 66): Schuhe	
Ansprechpartner: [REDACTED]	
Kontaktadresse: [REDACTED]	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

payless

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 40.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • erforderlich
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • ebenerdiger Eingang

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 150 m² VK • maximal ca. 220 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • erforderlich
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

payless

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.39 RENO City

Firmenangaben

Firma:

HR Group Verwaltungs GmbH

Branchenzuordnung:

(BNR 66):
Schuhe

Ansprechpartner:



Kontaktadresse:



Räumliche Expansionsschwerpunkte



Expansionsschwerpunkte:

- Baden-Württemberg
- Bayern
- Berlin
- Brandenburg
- Bremen
- Hamburg
- Hessen
- Mecklenburg-Vorpommern
- Niedersachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Rheinland-Pfalz
- Saarland
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Schleswig-Holstein
- Thüringen

Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:

- offen / keine nähere Eingrenzung

RENO City

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 20.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • erforderlich
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage) und (1b-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Passagen, Galerien • ebenerdiger Eingang

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl

Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 300 m² VK • maximal ca. 2.000 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • EG und Untergeschoss (UG) • EG und 1. Obergeschoss (1.OG) (jeweils mit Anbindung Aufzug / Rolltreppe)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • erforderlich
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

RENO City

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.40 RENO Urban

Firmenangaben

Firma:

HR Group Verwaltungs GmbH

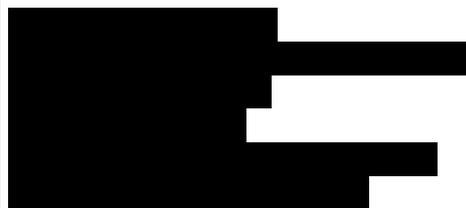
Branchenzuordnung:

(BNR 66):
Schuhe

Ansprechpartner:



Kontaktadresse:



Räumliche Expansionsschwerpunkte



Expansionsschwerpunkte:

- Baden-Württemberg
- Bayern
- Berlin
- Brandenburg
- Bremen
- Hamburg
- Hessen
- Mecklenburg-Vorpommern
- Niedersachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Rheinland-Pfalz
- Saarland
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Schleswig-Holstein
- Thüringen

Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:

- offen / keine nähere Eingrenzung

RENO Urban

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 20.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • erforderlich
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • sonstige Nebeneinkaufslage • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • gute PKW-Erreichbarkeit • stark frequentierte Ein- und Ausfallstrassen

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

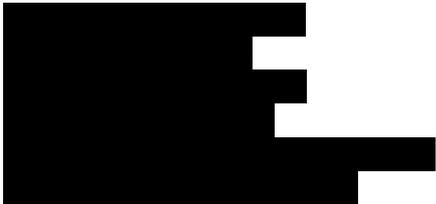
Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 400 m² VK • maximal ca. 700 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

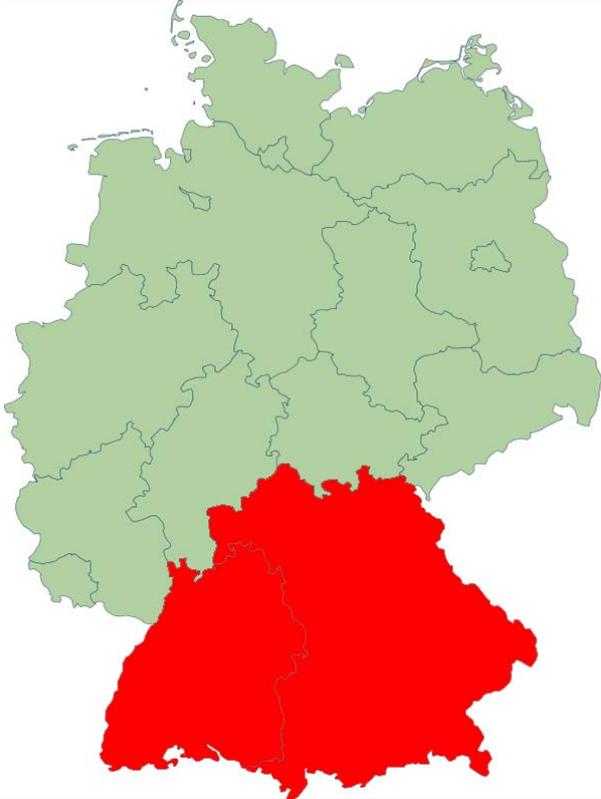
RENO Urban

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.41 Schuhhaus WERDICH

Firmenangaben	
Firma: Schuhhaus Werdich GmbH & Co. KG	
Branchenzuordnung: (BNR 66): Schuhe	
Ansprechpartner: 	
Kontaktadresse: 	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • In Bayern räumlicher Bereich im Norden von Würzburg und im Osten von München begrenzt

Schuhhaus WERDICH

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 40.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage) • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum (in Großstädten)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 300 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • keine

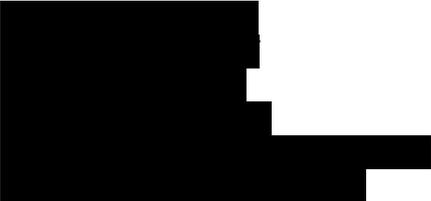
Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 160 m² VK • maximal ca. 1.000 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • Erdgeschoss und Untergeschoss (UG) • EG und 1. Obergeschoss (1. OG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 50 – 60 % der Verkaufsfläche
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf <i>und / oder</i> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 5 Jahren)

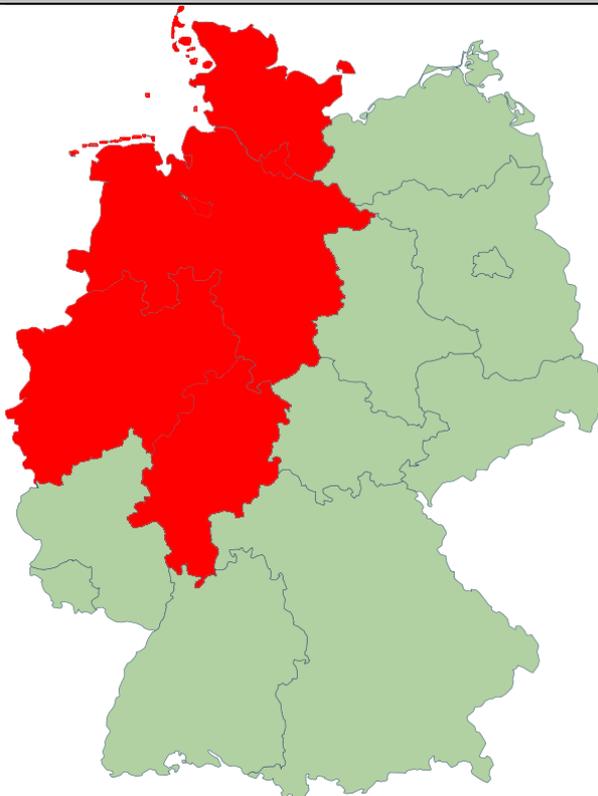
Schuhhaus WERDICH

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					■
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau		■			
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten		■			
• große Schaufensterfront	■				
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					■
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung		■			
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)		■			
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde				■	
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)				■	
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)		■			
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.42 Schuhpark

Firmenangaben	
Firma: Schuhpark Fascies GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 66): Schuhe	
Ansprechpartner: ■ ■	
Kontaktadresse: 	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Bremen • Hamburg • Hessen • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Schleswig-Holstein
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Schuhpark

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 25.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage) und (1b-Lage) • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Fläche innerhalb eines Shopping Cen-ters • gute PKW-Erreichbarkeit

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl

Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 350 m² VK • maximal ca. 800 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 15 m²
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 40 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 15 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Min-destlaufzeit des Mietvertrages von 5 – 10 Jahren +Optionen)

Schuhpark

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront	■				
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung			■		
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Ausbauzustand, Rohbau, Gebäudezustand und Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde		■			
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)			■		
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.43 street

Firmenangaben	
<p>Firma: Street Schuhhandels Gesellschaft mbH</p>	
<p>Branchenzuordnung: (BNR 66): Schuhe</p>	
<p>Ansprechpartner: [REDACTED]</p>	
<p>Kontaktadresse: [REDACTED]</p>	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	<p>Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	<p>Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

street

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 50.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 200 – 300 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • EG und Untergeschoss (UG) • EG und 1. Obergeschoss (1.OG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 30 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 10 Jahren)

street

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand		■			
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					■
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten	■				
• große Schaufensterfront		■			
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude				■	
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung		■			
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)		■			
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde	■				
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)	■				
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.44 BUTLERS

Firmenangaben

Firma:

Josten Handel + Franchise GmbH & Co. KG

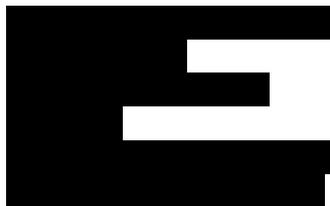
Branchenzuordnung:

(BNR 71):
GPK, Haushaltswaren, Geschenkartikel

Ansprechpartner:



Kontaktadresse:



Räumliche Expansionsschwerpunkte



Expansionsschwerpunkte:

- Baden-Württemberg
- Bayern
- Berlin
- Brandenburg
- Bremen
- Hamburg
- Hessen
- Mecklenburg-Vorpommern
- Niedersachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Rheinland-Pfalz
- Saarland
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Schleswig-Holstein
- Thüringen

Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:

- offen / keine nähere Eingrenzung

BUTLERS

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 100.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • hohe Passantenfrequenz (junges Klientel)

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 200 m² VK • maximal ca. 350 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur eine Ebene
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • gering
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete • Interimsmietung im Einzelfall

BUTLERS

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Gebers

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 50.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 10 m Front

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl

Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 250 – 300 m² VK • maximal ca. 800 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • EG und 1. Obergeschoss (1. OG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 80 – 100 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf <i>und / oder</i> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 3 – 5 Jahren)

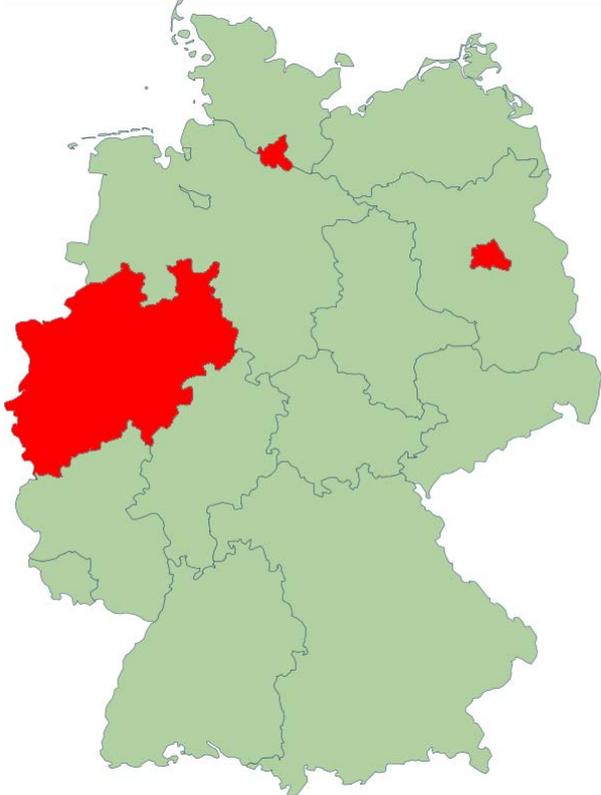
Gebers

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand				■	
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					■
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten				■	
• große Schaufensterfront	■				
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					■
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung				■	
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					■
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					■
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)			■		
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					■
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

3.46 Käthe Wohlfahrt

Firmenangaben	
Firma: Käthe Wohlfahrt GmbH & Co. OHG	
Branchenzuordnung: (BNR 71): GPK, Haushaltswaren, Geschenkartikel	
Ansprechpartner: ■ ■	
Kontaktadresse: 	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Berlin • Hamburg • Nordrhein-Westfalen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Berlin, Hamburg, Köln

Käthe Wohlfahrt

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage), möglichst mit hoher Touristenfrequenz
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 100 m² VK • maximal ca. 250 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • EG und 1. Obergeschoss (1. OG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 25 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 10 Jahren)

Käthe Wohlfahrt

Sonstige Kriterien des Objektes

Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)

	sehr wichtig ↔ unbedeutend				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand		■			
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau		■			
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten	■				
• große Schaufensterfront		■			
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					■
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					

Bemerkung: Keine Angaben zu PKW-Parkplätze, ÖPNV-Anbindung und Sonstiges

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé

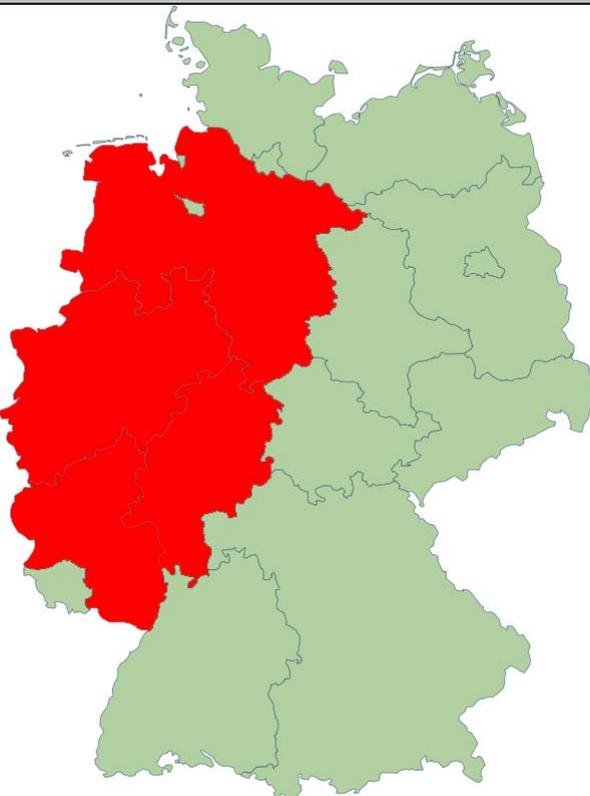
Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)

	sehr wichtig ↔ unbedeutend				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde		■			
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)		■			
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					

Bemerkung: Keine Angaben zu Standortumfeld, Standortanalyse und Sonstiges

3.47 KODi

Firmenangaben	
Firma: KODi Discountläden GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 71): GPK, Haushaltswaren, Geschenkartikel	
Ansprechpartner: 	
Kontaktadresse: 	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Hessen • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Nordgrenze: Osnabrück • Südgrenze: Kaiserslautern • Westgrenze: Frankfurt / Main

KODi

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 15.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage) und (1b-Lage) • sonstige Nebeneinkaufslage • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzentums • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • bereits realisierte Gebäude sowie in Planung befindliche Objekte
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 350 m² VK • maximal ca. 600 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 60 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

KODi

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand	■				
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten	■				
• große Schaufensterfront	■				
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)	■				
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Rohbau, öffentliche Parkplätze und Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde	■				
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)		■			
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Standortanalyse und Sonstiges</i>					

3.48 TEDI

Firmenangaben	
<p>Firma: TEDI GmbH & Co. KG</p>	
<p>Branchenzuordnung: (BNR 71): GPK, Haushaltswaren, Geschenkartikel</p>	
<p>Ansprechpartner: [REDACTED]</p>	
<p>Kontaktadresse: [REDACTED]</p>	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	<p>Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen <p>Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

TEDI

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 15.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 25.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1b-Lage) und (2a-Lage) • sonstige Nebeneinkaufslage • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • keine Stufen

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 350 m² VK • maximal ca. 1.500 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • Untergeschoss (UG) oder Obergeschoss (OG) (in frequenzstarken Lagen)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 15 m²
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 25 – 30 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 15 Parkplätze (Ausnahme Innenstadtlage)
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

TEDI

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

wicky

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 40.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1a-Lage)
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl

Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 150 m² VK • maximal ca. 350 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 100 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf <i>und / oder</i> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 5 Jahren, mit Verlängerungsoption um jeweils 5 Jahre)

wicky

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand		■			
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau		■			
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten		■			
• große Schaufensterfront		■			
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu PKW-Parkplätze, öffentliche Parkplätze, ÖPNV-Anbindung und Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.50 ATELCO Computer

Firmenangaben

Firma:

ATELCO Computer Event GmbH

Branchenzuordnung:

(BNR 86):
Büromaschinen, Computer und Zubehör

Ansprechpartner:



Kontaktadresse:



Räumliche Expansionsschwerpunkte



Expansionsschwerpunkte:

- Baden-Württemberg
- Bayern
- Berlin
- Rheinland-Pfalz
- Saarland

Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:

- offen / keine nähere Eingrenzung

ATELCO Computer

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 150.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 600 m² VK • maximal ca. 1.000 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 60 – 100 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 20 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

ATELCO Computer

Sonstige Kriterien des Objektes

Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)

	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand		■			
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					■
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten		■			
• große Schaufensterfront				■	
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung				■	
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé

Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)

	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde			■		
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)			■		
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)		■			
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Media Markt

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 30.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 100.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerbegebietslage / sog „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 4.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzungsgenehmigung großflächiger Elektro Einzelhandel erforderlich

Kriterien der Objektauswahl

Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 2.000 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • größer 3.000 m² VK auf maximal 2 Etagen
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 500 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 180 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Media Markt

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.52 ProMarkt

Firmenangaben	
<p>Firma: REWE Unterhaltungselektronik Zweigniederlassung der Firma REWE Zentralfinanz eG</p>	
<p>Branchenzuordnung: (BNR 83): Braune Ware (Radio, TV)</p>	
<p>Ansprechpartner: [REDACTED]</p>	
<p>Kontaktadresse: [REDACTED]</p>	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	<p>Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	<p>Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

ProMarkt

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 25.000 Einwohner (ländliche Verdichtungsräume) • mindestens 50.000 Einwohner (Oberzentren)
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 3.000 – 5.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 1.200 m² VK • maximal ca. 1.800 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 400 – 600 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 75 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 10 Jahren)

ProMarkt

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: PKW-Frequenz					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.53 Saturn

Firmenangaben	
<p>Firma: Media-Saturn Immobilien Deutschland GmbH</p>	
<p>Branchenzuordnung: (BNR 83): Braune Ware (Radio, TV)</p>	
<p>Ansprechpartner: [REDACTED]</p>	
<p>Kontaktadresse: [REDACTED]</p>	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	<p>Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	<p>Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Saturn

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 30.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 100.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerbegebietslage / sog „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 4.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzungsgenehmigung großflächiger Elektro Einzelhandel erforderlich

Kriterien der Objektauswahl	
Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 2.000 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • größer 3.000 m² VK auf maximal 2 Etagen
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 500 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 180 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Saturn

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.54 Carpri

Firmenangaben

Firma:

Carpri Handels GmbH

Branchenzuordnung:

(BNR 94):
Tapeten, Bodenbeläge, Farben, Lacke

Ansprechpartner:

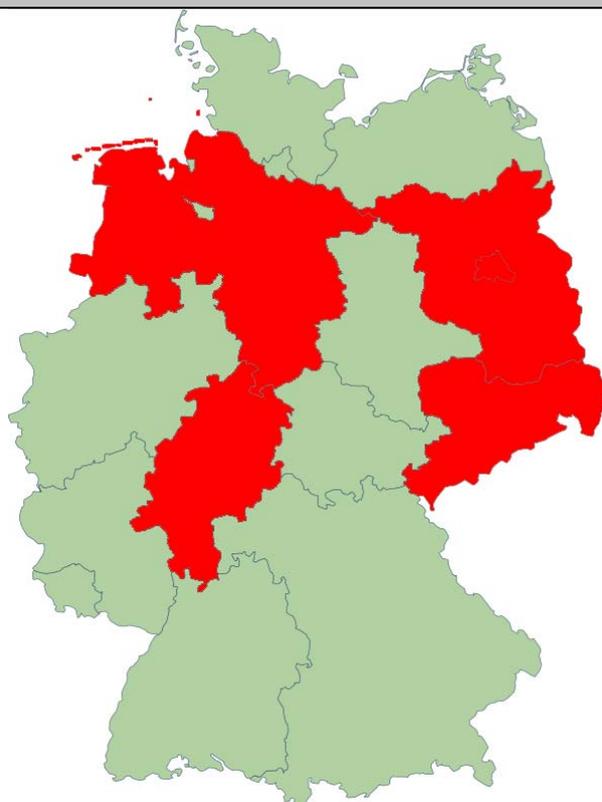


Kontaktadresse:



Noch kein Logo verfügbar

Räumliche Expansionsschwerpunkte



Expansionsschwerpunkte:

- Berlin
- Brandenburg
- Hessen
- Niedersachsen
- Sachsen

Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:

- offen / keine nähere Eingrenzung

Carpri

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 100.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum • Streulage / Solitärstandorte
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Fachmarktzent-rums • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse • ÖPNV-Anschluss

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 700 m² VK • maximal ca. 1.000 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 100 – 150 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 15 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

Carpri

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand		■			
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau		■			
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten		■			
• große Schaufensterfront	■	■			
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					■
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)			■		
• Sonstiges: Raumhöhe ca. 4 bis 5 Meter		■			
<i>Bemerkung: Keine</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde	■				
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)		■			
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Standortanalyse und Sonstiges</i>					

3.55 DÄNISCHES BETTENLAGER

Firmenangaben

Firma:

Dänisches Bettenlager GmbH & Co. KG

Branchenzuordnung:

(BNR 91):
Möbel

Ansprechpartner:



Kontaktadresse:



Räumliche Expansionsschwerpunkte



Expansionsschwerpunkte:

- Baden-Württemberg
- Bayern
- Berlin
- Brandenburg
- Bremen
- Hamburg
- Hessen
- Mecklenburg-Vorpommern
- Niedersachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Rheinland-Pfalz
- Saarland
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Schleswig-Holstein
- Thüringen

Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte:

- offen / keine nähere Eingrenzung

DÄNISCHES BETTENLAGER

Anforderungen an den Standort

Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 10.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • sonstige Nebeneinkaufslage • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum • Streulage / Solitärstandort • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Fläche innerhalb eines Shopping Centers • Fläche innerhalb eines Fachmarktzentums • gute PKW-Erreichbarkeit • stark frequentierte Ein- und Ausfallstraße

Kriterien der Grundstücksauswahl

Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 3.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • direkte Anbindung an das Straßenverkehrsnetz • an belebten Ein- und Ausfallstraßen • in Gewerbegebieten mit Einzelhandelsbesatz

Kriterien der Objektauswahl

Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 600 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 150 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 30 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

DÄNISCHES BETTENLAGER

Sonstige Kriterien des Objektes <i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront	■				
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: Werbebeschilderung am Objekt Anlieferung mit Sattelzügen bis zu 40 t	■				
<i>Bemerkung: Keine Angaben zu Ausbauzustand, Rohbau, Gebäudezustand, öffentliche Parkplätze und ÖPNV-Anbindung</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé <i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.56 ROLLER

Firmenangaben	
Firma: ROLLER GmbH & Co. KG	
Branchenzuordnung: (BNR 91): Möbel	
Ansprechpartner: [REDACTED]	
Kontaktadresse: [REDACTED]	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • nur in bestimmten Großstädten der angeführten Bundesländer

Roller

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 100.000 Haushalte (20 km Umkreis)
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 4.500 m² VK • maximal ca. 10.000 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 2.500 m² (Hochregallager) • ca. 4.500 m² (Flachlager)
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 120 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete

Roller

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.57 TTL TTM

Firmenangaben	
Firma: TTL Tapeten-Teppichbodenland GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 94): Tapeten, Bodenbeläge, Farben, Lacke	
Ansprechpartner: [REDACTED]	
Kontaktadresse: [REDACTED]	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Rheinland-Pfalz
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Speyer, Worms, Landau, Heidelberg, Lahr, Achern, Singen, Konstanz, Karlsruhe, Freudenstadt, Pforzheim, Freiburg, Offenburg, Bühl, Schramberg, Gaggenau, Bretten, Rastatt, Heppenheim, Neustadt a. d. Weinstraße, Wiesloch

TTL TTM

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 40.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 100.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Streulage / Solitärstandort • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse • hohes Verkehrsaufkommen

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 3.500 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • befestigter Untergrund; keine Hanglage

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 1.050 m² VK • maximal ca. 1.200 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 150 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 25 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf <i>und / oder</i> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 10 Jahren)

TTL TTM

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand		■			
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau		■			
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten		■			
• große Schaufensterfront		■			
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude		■			
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung				■	
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)			■		
• Sonstiges: individuelle Verhandlung		■			
<i>Bemerkung: Keine</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde		■			
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)		■			
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)		■			
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes		■			
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

OBI

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 50.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 100.000 Einwohner (20 km Umkreis)
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerbegebietslage / sog. „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse • optimale Verkehrsanbindung

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 15.000 – 40.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

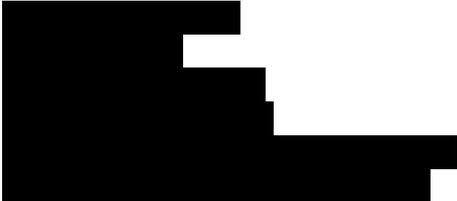
Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 1 Parkplatz pro 30 m² VK
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf <i>und / oder</i> • Miete (möglichst langfristige Mietverträge)

OBI

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.59 toom BauMarkt

Firmenangaben	
Firma: toom BauMarkt GmbH	
Branchenzuordnung: (BNR 101): Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	
Ansprechpartner: 	
Kontaktadresse: 	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

toom BauMarkt

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 40.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerbegebietslage / sog „grüne Wiese“
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 22.000 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 4.500 m² VK • maximal ca. 6.000 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 900 – 1.350 m²
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 800 – 1.000 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

toom BauMarkt

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand					
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau					
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten					
• große Schaufensterfront					
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung					
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde					
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)					
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)					
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes					
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine Bewertung vorliegend</i>					

3.60 Joey's

Firmenangaben	
Firma: Joey's Pizza Service GmbH	
Branchenzuordnung: Gastronomie	
Ansprechpartner: [REDACTED]	
Kontaktadresse: [REDACTED]	

Räumliche Expansionsschwerpunkte	
	Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • Baden-Württemberg • Bayern • Berlin • Brandenburg • Bremen • Hamburg • Hessen • Mecklenburg-Vorpommern • Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen • Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen • Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein • Thüringen
	Weitere Konkretisierung der räumlichen Expansionsschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Joey's

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 45.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 45.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1b-Lage) • sonstige Nebeneinkaufslagen • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center • Nachbarschaftslage zu einem Fachmarktzentrum • gute PKW-Erreichbarkeit • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 200 m²
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • unbebaute Grundstücke und bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • befestigter Untergrund für die Aufstellung eines Pavillons in Modulbauweise

Kriterien der Objektauswahl	
Verkaufsflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 75 m² VK • maximal ca. 140 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • nur Erdgeschoss (EG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht erforderlich
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 30 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 2 Parkplätze
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf <i>und / oder</i> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 5 Jahren, mit Verlängerungsoption um jeweils 5 Jahre)

Joey's

Sonstige Kriterien des Objektes <i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand			■		
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau		■			
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten		■			
• große Schaufensterfront		■			
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude	■				
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung		■			
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé <i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde			■		
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)		■			
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)	■				
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes				■	
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

nat.

Anforderungen an den Standort	
Einwohnerzahl der Standortgemeinde:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 500.000 Einwohner
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 1.000.000 Einwohner
Lagemerkmale des Standorts innerhalb des Gemeindegebietes (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Haupteinkaufslage Innenstadt (1b-Lage) • sonstige Nebeneinkaufslage • Stadtteil- bzw. Stadtbezirkszentrum
Sonstige Lagemerkmale (nach Möglichkeit):	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbarschaftslage zu einem Shopping Center • Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse

Kriterien der Grundstücksauswahl	
Grundstücksgröße:	<ul style="list-style-type: none"> • nicht relevant
Nur Grundstücke und / oder bereits realisierte Gebäude:	<ul style="list-style-type: none"> • nur bereits realisierte Gebäude
Sonstige Kriterien:	<ul style="list-style-type: none"> • offen / keine nähere Eingrenzung

Kriterien der Objektauswahl	
Verkausflächendimensionierung:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens ca. 200 m² VK • maximal ca. 800 m² VK
Anordnung der Verkaufsflächen:	<ul style="list-style-type: none"> • Erdgeschoss (EG) • EG und Untergeschoss (UG)
Außen- bzw. Freiverkaufsfläche:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 30 – 50 m²
Fläche für Nebenräume (Büro, Lager etc.):	<ul style="list-style-type: none"> • ca. 80 – 140 m²
Eigene Parkplätze am Objekt:	<ul style="list-style-type: none"> • mindestens 1 Parkplatz
Kauf und / oder Miete des Objektes:	<ul style="list-style-type: none"> • Miete (nach Möglichkeit mit einer Mindestlaufzeit des Mietvertrages von 10 Jahren)

nat.

Sonstige Kriterien des Objektes					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Schlüsselfertiger Ausbauzustand			■		
• Qualifizierter Rohbau für Selbstausbau		■			
• sanierter Gebäudezustand bei Altobjekten		■			
• große Schaufensterfront		■			
• eigene PKW-Parkplätze beim Gebäude					■
• öffentliche Parkplätze oder Parkhaus in fußläufiger Entfernung				■	
• ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle o.ä.)			■		
• Sonstiges: SüdWest-Ausrichtung		■			
<i>Bemerkung: keine</i>					

Sonstige gewünschte Informationen in einem Exposé					
<i>Bewertung von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= unbedeutend)</i>					
	<i>sehr wichtig ↔ unbedeutend</i>				
	1	2	3	4	5
• Angaben zum Kaufkraftniveau und Einzelhandelszentralität der Standortgemeinde		■			
• Angaben zum potentiellen Einzugsgebiet (räumliche Abgrenzung, Einwohnerzahl, Einwohnerentwicklung)			■		
• Beschreibung des unmittelbaren Standortumfeldes (Nachbarschaftsnutzungen, städtebauliche Situation etc.)		■			
• Professionelle Standortanalyse eines unabhängigen Institutes			■		
• Sonstiges: ...					
<i>Bemerkung: Keine weiteren Angaben bei Sonstiges</i>					

Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abb. 1: Räumliche Expansionsschwerpunkte der befragten Unternehmen, gegliedert nach Bundesländern	2
Abb. 2: Kriterien der Standortwahl: Erfordernis einer Mindesteinwohnerzahl in der Standortgemeinde bzw. im Einzugsgebiet	4
Abb. 3: Kriterien der Grundstücksauswahl: Nachfrage nach unbebauten Grundstücken und / oder bereits realisierten Gebäuden	4
Abb. 4: Kriterien der Standortwahl: Bevorzugte Lage des Standorts im Gemeindegebiet.....	6
Abb. 5: Kriterien der Standortwahl: Sonstige gewünschte Lagemerkmale des Objekts	6
Abb. 6: Kriterien der Objektauswahl: Gewünschte Anordnung der Verkaufsflächen innerhalb des Objekts	8
Abb. 7: Kriterien der Objektauswahl: Bedarf an Außen- bzw. Freiverkaufsflächen und PKW-Parkplätzen am Objekt	8
Abb. 8: Kriterien der Objektauswahl: Kauf und / oder Miete.....	10
Abb. 9: Kriterien der Objektauswahl: Weitere Anforderungen an das gesuchte Objekt.....	10
Abb. 10: Sonstige gewünschte Informationen im Zusammenhang mit dem Angebot eines Objekts	11

Über uns

Die **ecöstra** GmbH zählt zu den führenden Unternehmensberatungen im Bereich der Immobilienwirtschaft und des Einzelhandel. Neben Consultingaufgaben wie z.B. die Optimierung des Filialnetzes von Handelsunternehmen, Erstellung von Standortanalysen und Analysen zur Expansionsplanung sowie Machbarkeits- und Rentabilitätsuntersuchungen für Projektentwickler und Investoren erarbeitet **ecöstra** auch marktfähige Flächen- und

Nutzungskonzepte für Einkaufszentren bzw. analysiert die Chancen und Risiken z.B. des Relaunch von notleidenden Zentren. Neben der Privatwirtschaft arbeitet **ecöstra** auch für den öffentlichen Sektor und bietet Sachgutachten für Genehmigungs-, Verwaltungs- und Kartellgerichtsverfahren. Das räumliche Betätigungsfeld umfasst alle Länder Europas, Sitz des Unternehmens ist die hessische Landeshauptstadt Wiesbaden.

Leistungsprogramm (Auszüge)

Einzelhandelsstrukturanalysen

Grundlage jeder zielgerichteten sowie nachhaltigen Entwicklung und Positionierung ist das exakte Wissen um die eigene Situation und die relevanten Marktentwicklungen. Dies gilt für die kommunale Wirtschaftsförderung oder Stadtplanung ebenso wie für Betreiber von Einkaufszentren und Handelsunternehmen auf Seiten der Privatwirtschaft. Detaillierte, fachkundig recherchierte und nachvollziehbar aufgebaute ecostra-Einzelhandelsstrukturanalysen ermöglichen den kommunalen Entscheidungsträgern Entwicklungsmaßnahmen durchzuführen, welche eine Stärkung des Einzelhandelsstandortes (Innen-) Stadt bewirken und langfristig die zentralörtlichen Versorgungsaufgaben gewährleisten.

Eine qualifizierte Einzelhandelsstrukturanalyse beinhaltet üblicherweise folgende Leistungsschritte (Basispaket):

- Darstellung allgemeiner Trends in der Handels- und Standortentwicklung sowie des relevanten Rechtsrahmens der Standortentwicklung im Einzelhandel (BauNVO, BauGB, Landesplanungsgesetze und landesplanerische Erlasse, etc.)
- Relevante sozioökonomische Rahmenbedingungen (Einwohner- und Kaufkraftentwicklung, Pendlerverflechtungen, Arbeitslosigkeit, etc.)
- Analyse und Bewertung der regionalen Wettbewerbssituation
- Abgrenzung des Einzugsgebietes des lokalen Einzelhandels und Zonierung nach Intensitätszonen der Kaufkraftabschöpfung
- Berechnung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotentiale innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes differenziert nach einzelnen Branchen
- Detaillierte Beschreibung der örtlichen Einzelhandelsstruktur und der relevanten Geschäftslagen
- Räumliche Abgrenzung der Innenstadt bzw. der zentralen Versorgungsbereiche
- Darstellung der aktuellen Bestands- und Leistungsdaten des Einzelhandels differenziert nach einzelnen Branchen (Zahl der Betriebe, Verkaufsflächenausstattung, Umsatzleistung, Branchenmix, Betriebstypenmix) sowie nach räumlichen Teilbereichen (z.B. Innenstadt, Stadtteilzentren, dezentrale Standorte)
- Ermittlung und Bewertung der Versorgungs- und Leistungskennziffern (z.B. branchenbezogene Verkaufsfläche pro Einwohner, Betriebsgrößenstrukturen, branchenbezogene Flächenproduktivitäten, Umsatz pro Einwohner)
- Analyse der Kaufkraftströme im Raum nach einzelnen Branchen (Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse differenziert nach Zonen des Einzugsgebietes, Kaufkraftbindungsquoten, Marktdurchdringung und Einzelhandelszentralitäten)
- Prognoserechnungen zur zukünftigen Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumina im Einzugsgebiet (für einen Zeitraum von ca. 7 – 10 Jahren)
- Erstellung einer auf die örtliche Situation abgestimmten Liste der zentrenrelevanten Sortimente
- Analyse und Ermittlung möglicher Ausbaupotentiale (Neuansiedlungen, Flächenerweiterungen, etc. differenziert nach Standortlagen)

- Entwicklung eines Standort- und Zentrenkonzeptes
- Empfehlungen zur Attraktivierung des örtlichen Einzelhandelsangebotes und zur Optimierung der relevanten Rahmenbedingungen (z.B. Verkehr, öffentlicher Raum, Organisation)

Die Leistungsschritte dieses Basispakets einer Einzelhandelsstrukturanalyse können selbstverständlich je nach Bedarf um weitere Bausteine ergänzt werden, wie z.B.

- Durchführung von Einzelhandels-, Haushalts-, Verbraucher- oder Passantenbefragungen
- Machbarkeits- und / oder Verträglichkeitsanalysen von möglichen Ansiedlungsvorhaben
- Stadtbilddokumentationen

und anders mehr. Sprechen Sie uns an, wir prüfen gemeinsam mit Ihnen, wie Ihre Aufgabenstellungen möglichst optimal bearbeitet werden können.

Verträglichkeits- bzw. Auswirkungsanalysen

Bei Einzelhandelsprojekten über der Schwelle zur Großflächigkeit – d.h. mit einer Verkaufsfläche von über 800 m² oder einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² - ist im Rahmen des Genehmigungsverfahrens nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen, ob ein solches Projekt nicht nur unwesentliche Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung hat.

In der Analyse und Bewertung sind hier außerdem u.a. die Vorgaben der Landesplanungsgesetze, der Landesentwicklungspläne sowie ggf. von landesplanerischen Erlassen zu berücksichtigen. Diese Prüfung erfolgt im Rahmen einer qualifizierten Verträglichkeits- oder Auswirkungsanalyse, welche üblicherweise folgende Leistungsbausteine enthält:

- Darstellung der Projektdaten (Branche, Betriebstyp, Verkaufsfläche, ergänzende Nutzungen, Parkplatzangebot, etc.)
- Standortbeschreibung (Beschreibung des Planstandortes und von dessen relevanter Umfeldsituation) auf Basis aktueller Vor-Ort-Erhebungen
- SWOT-Analyse mit detaillierter Analyse der Standorteigenschaften für die geplante Nutzung
- Beschreibung und Bewertung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet – insbesondere auch der städtebaulich integrierten Einkaufslagen bzw. der Nahversorgungslagen - auf Basis aktueller Vor-Ort-Erhebungen
- Abgrenzung und Zonierung des potentiellen Einzugsgebietes sowie Ermittlung der relevanten sozio-ökonomischen Kenndaten (Einwohnerzahl, Kaufkraftniveau, Kaufkraftpotential, etc.)
- Durchführungen von Prognoserechnungen u.a. zur Einwohner- und Kaufkraftentwicklung im Einzugsgebiet
- Analyse der möglichen Umsatzerwartung des Planobjektes
- Darstellung des relevanten Rechtsrahmens (u.a. spezifische landesplanerische Vorgaben)
- Analyse der durch das Planobjekt prospektiv ausgelösten Kaufkraftströme im Raum. Quantifizierung der daraus resultierenden Umsatzrückgänge bei betroffenen Wettbewerbsstandorten und Bewertung der möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Bedeutung
- Analyse und Bewertung der möglichen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung
- Analyse und Bewertung der möglichen Auswirkungen auf den Verkehr (Berechnung des am Planstandort zu erwartenden Kundenverkehrsaufkommens)
- Fazit der Untersuchung und abschließende Bewertung des Vorhabens

Verträglichkeits- bzw. Auswirkungs-Kurzchecks

Eine erste Einschätzung zu den mit der Ansiedlung- oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsnutzungen verbundenen Auswirkungen und damit zur möglichen Genehmigungsfähigkeit kann im Rahmen eines schlanken und kostengünstigen Kurzchecks vorgenommen werden.

Auf dessen Grundlage kann – z.B. bei Hinweisen auf wesentlich negative Auswirkungen auf Städtebau, Raumordnung und Nahversorgung – das Planobjekt zu einem frühen Zeitpunkt u.a. in der Dimensionierung bzw. Nutzungskonzeption modifiziert werden, so dass eine Verträglichkeit und damit Genehmigungsfähigkeit eher wahrscheinlich ist.

So können unnötige Ausgaben und umfangreiche Umplanungsmaßnahmen vermieden werden. Eine detaillierte Auswirkungs- bzw. Verträglichkeitsanalyse, welche den Anforderungen der Genehmigungsbehörden entspricht, kann auf Basis eines solchen Kurzchecks jederzeit erstellt werden.

Fachliche Überprüfung von vorliegenden Gutachten

Gutachter sind nicht unfehlbar. Darüber hinaus zeigt aber auch die Praxiserfahrung, dass Gutachten immer wieder schlampig recherchiert sind, sich einer fragwürdigen Methodik bedienen, die wesentlichen Bewertungsgrundlagen eher verschleiern als offen legen oder verschiedentlich sich einer Einflussnahme von Interessengruppen nicht entziehen konnten.

Bei Hinweisen in diese Richtung kann durch ecostra eine Überprüfung und kritische Würdigung eines vorliegenden Gutachtens hinsichtlich der verwendeten Daten, der Methodik, der Argumentationskette und Schlussfolgerungen vorgenommen werden.

Standort- und Tragfähigkeitsanalysen für Nahversorgungsangebote

Nicht nur in ländlich strukturierten Räumen, sondern auch in urbanen Siedlungsbereichen wird die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung immer schwieriger. Die Wettbewerbsentwicklung ebenso wie Effekte aus Konzentration und Rationalisierung haben zu steigenden Anforderungen der Handelsunternehmen an die Rahmenbedingungen von Nahversorgungsstandorten geführt. Als Grundlage zur Prüfung der möglichen ökonomischen Tragfähigkeit sowie für eine mögliche Betreiberansprache dient hier eine fundierte Standort- und Machbarkeitsanalyse, welche u.a. folgende Leistungsschritte beinhaltet:

- Standortbeschreibung (Beschreibung des Planstandortes und von dessen relevanter Umfeldsituation) auf Basis aktueller Vor-Ort-Erhebungen
- SWOT-Analyse mit detaillierter Analyse der Standorteigenschaften für die geplante Nutzung
- Beschreibung und Bewertung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet mit Darstellung der relevanten Daten jedes Wettbewerbsstandortes und Einschätzung von dessen Wettbewerbsstärke auf Basis aktueller Vor-Ort-Erhebungen
- Mögliche marktgerechte Konzeption des Nahversorgungsangebotes (ggf. Optionen)
- Abgrenzung und Zonierung des potentiellen Einzugsgebietes sowie Ermittlung der relevanten sozio-ökonomischen Kenndaten (Einwohnerzahl, Kaufkraftniveau, Kaufkraftpotential, etc.)
- Durchführungen von Prognoserechnungen u.a. zur Einwohner- und Kaufkraftentwicklung im Einzugsgebiet
- Analyse der möglichen Umsatzerwartung des Planobjektes
- Fazit aus der Analyse der Markt- und Standortsituation
- Empfehlungen in Zusammenhang mit einer möglichen Projektrealisierung (z.B. konzeptionelle Ausrichtung, ggf. erforderliche Incentives oder Subventionierungsbedarf, mögliche Maßnahmen zur Optimierung der Standortrahmenbedingungen)

Auf Wunsch stellen wir auch den direkten Kontakt zu verschiedenen Betreibern von Nahversorgungsstandorten her (z.B. auch als Grundlage für ein Investoren- oder Betreiberwahlverfahren).

Kommunale Nahversorgungskonzepte

Vor dem Hintergrund der Herausforderungen des anhaltenden Strukturwandels im Einzelhandel dient ein kommunales Nahversorgungskonzept dazu eine nachhaltige, wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung sicherzustellen.

Basis des kommunalen Nahversorgungskonzeptes sind umfassende Erhebungen und fundierte Analysen der quantitativen und qualitativen Versorgungsstrukturen innerhalb einer Stadt oder Gemeinde, wobei auch übergeordnete Wettbewerbseinflüsse durch Versorgungsstandorte im regionalen Umfeld berücksichtigt werden. Vor diesem Hintergrund werden auf Grundlage der neuesten Erkenntnisse zu den Standortanforderungen der relevanten Betriebstypen und zum Standortwahlverhalten der entsprechenden Betreiber mögliche Entwicklungsoptionen für defizitäre Räume analysiert sowie marktgerechte Maßnahmen zur Stabilisierung gefährdeter Standortlagen bestimmt. Im Einzelnen werden folgende Arbeitsschritte durchgeführt:

- Definition und Abgrenzung nahversorgungsrelevanter Angebote
- Die Nachfrageseite: Trends im Einkaufsverhalten der Verbraucher, Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung
- Die Angebotsseite: Trends der Standortentwicklung sowie Grundlagen für moderne Nahversorgungsangebote
- Das planungsrechtliche Instrumentarium für eine Sicherung der Nahversorgung
- Die konkrete örtliche Siedlungs- und Zentrenstruktur (Beschreibung der städtebaulichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen vor Ort)
- Übergeordnete Wettbewerbsverflechtungen (relevante Konkurrenzstandorte im Umland, überörtliche Kaufkraftbewegungen)
- Analyse und Bewertung des örtlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebotes (Erhebung und Kartierung, Analyse der Stabilität und Entwicklung relevanter Standorte und Geschäftslagen, Ursachen für Negativentwicklungen, etc.)
- Bestimmung von (Teil-) Räumen mit Versorgungsdefiziten (aktuell sowie perspektivisch unter Berücksichtigung von aktuellen Entwicklungstendenzen)
- Analyse und Bestimmung möglicher Entwicklungsoptionen zur Beseitigung von Versorgungsdefiziten und zur Stabilisierung bestehender Nahversorgungslagen (Standorte, räumliche Versorgungsbereiche, Konzepte, Betreiber, etc.)
- Erarbeitung des Nahversorgungskonzeptes (stadt- bzw. ortsplanerische Zielsetzungen, Maßnahmenkonzept für eine nachhaltige Sicherung der Nahversorgungsstruktur, standortbezogene Bestimmung möglicher ökonomisch eigenständig tragfähiger sowie ggf. von möglichen alternativen Nahversorgungsangeboten, Grundlagen zur Beurteilung von nahversorgungsrelevanten Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben, planungsrechtliche Maßnahmen, etc.)

Auf Wunsch stellen wir auch den Kontakt zu Betreibern moderner Nahversorgungsangebote her, begleiten gutachterlich ein mögliches Betreiberauswahlverfahren und bieten fachliche Unterstützung für die jeweiligen kommunalen Akteure bei der konkreten Umsetzung des Nahversorgungskonzeptes.

Weitere Bausteine aus unserem Leistungsprogramm finden Sie auf unserer Homepage:

www.ecostracom.com