

# CITY C TIPP

**CITYJUNG – IHR PARTNER FÜR EINZELHANDELSIMMOBILIEN**

## ginatricot – das schwedische Trendlabel expandiert in Deutschland

**Der Modefilialist legt bei der Expansion ein beachtliches Tempo vor. Nach den ersten beiden deutschen Stores in Köln und Düsseldorf, die Anfang Oktober 2010 eröffneten, folgten dieses Jahr Hannover, Braunschweig, Oldenburg und Essen. Die feminine, junge Mode soll bald in vielen Metropolregionen zu finden sein.**

Das Modeunternehmen mit den größten Zuwachsraten Skandinaviens hat die Anzahl seiner Filialen seit 2007 verdoppelt. 70 der rund 170 Geschäfte, die eine Größe von 300 bis 1.100m<sup>2</sup> haben, befinden sich außerhalb Schwedens. 2007 wurde in Norwegen der erste ausländische Store eröffnet. Seitdem hat man sich langsam über Dänemark an den deutschen Markt herangetastet. „Für schwedische Unternehmen ist der Schritt nach Deutschland irgendwie natürlich“, so Marketing-Chef Victor Appelqvist. Auch die Umsatzzahlen können sich sehen lassen. Für dieses Jahr wird ein Umsatz von rund 300 Millionen Euro erwartet.

Das Unternehmen wurde von Appelqvists Eltern 1997 gegründet und ist bis heute ein Familienunternehmen geblieben. Durch die kurzen Ent-

scheidungswege ist Gina Tricot sehr flexibel und reagiert kurzfristig auf neue Trends. Mittlerweile werden weltweit ca. 2.000 Mitarbeiter beschäftigt. „Als wir Ende 2010 die ersten Stores in Köln und Düsseldorf eröffneten, war Gina Tricot den meisten Deutschen noch vollkommen unbekannt. Das hat sich stark gewandelt“, so Victor Appelqvist. Modisch und preislich vergleicht sich das Unternehmen u. a. mit H&M und Forever 21. In Schweden seien die Kundinnen stolz, mit einer Gina-Tricot-Tüte durch die Stadt zu laufen.

2011 und 2012 sind bis zu 15 neue Stores in Deutschland geplant. Mit dieser Aufgabe wurde Marc Wittke als Geschäftsführer von Gina Tricot Deutschland betraut. Nach 20 Jahren erfolgreicher Expansionstätigkeit bei H&M und zwei Jahren als Geschäftsführer für die Immobiliensparte der Douglas Holding, gilt Wittke als Experte für den deutschen Markt: „Nachdem Gina Tricot in nur 14 Jahren nach Firmengründung in Skandinavien ein bedeutender Modeanbieter geworden ist, bin ich von dem sehr großen Potenzial auf dem deutschen Markt überzeugt.“ Unter seiner Regie wurden bisher 14 Läden angemietet, von



So wird die neue Filiale im Dortmunder Westenhellweg, die 2012 eröffnet, voraussichtlich aussehen.

denen die folgenden erfolgreich durch CITYJUNG Essen vermittelt wurden:

- **Berlin**  
Friedrichstraße 94  
(Eröffnung Spätsommer 2011)
- **Braunschweig**  
Münzstraße 12  
(Eröffnung März 2011)
- **Dortmund**  
Westenhellweg 91-93  
(Eröffnung März 2012)
- **Essen**  
Limbecker Straße 48-50  
(Eröffnung April 2011)
- **Köln**  
Schildergasse 52  
(Eröffnung Oktober 2010)
- **Wuppertal**  
Wall 15-21  
(Eröffnung Frühjahr 2012)

Gina Tricot sucht weiterhin nach geeigneten Standorten in anderen deutschen Metropolregionen. Der Fokus liegt derzeit auf Nordrhein-Westfalen, um das Marketing und die Logistik so effizient wie möglich zu gestalten. ■

### Inhaltsverzeichnis

Gina Tricot – das schwedische Trendlabel expandiert in Deutschland . . . . .	1
50 Jahre CITYJUNG . . . . .	2-4
Mietpreisspiegel . . . . .	5
Aktuelle Rechtsprechung . . . . .	6
Neuer Mitarbeiter . . . . .	7
Preisindizes . . . . .	7

# 50 Jahre CITYJUNG

Ein halbes Jahrhundert CITYJUNG – das ist Grund zu feiern! 1961 war das Unternehmen das erste, das sich auf die Vermittlung von Ladenlokalen und Geschäftshäusern in 1A-Citylagen spezialisierte. Wir werfen einen Blick zurück und freuen uns über die Gratulationen der Kunden.

1961 hatte Alfrid Jung eine zündende Idee: Als ihm ein bekannter Textilvertreter eine Verbindung zum Inhaber der Firma Uhren-Weiß herstellte, erkannte der Diplomkaufmann, Investmentexperte und Immobilienmakler eine neue Marktnische: die Vermittlung von Gewerbeimmobilien in 1A-Citylagen. Das war die Geburtsstunde der Westdeutschen City-Immobilien KG. Alfrid Jung kontaktierte daraufhin sämtliche ihm bekannte Filialunternehmen, um deren Interesse an Ladenlokalen zu prüfen. Die Resonanz war enorm: „Gott sei Dank beschäftigt sich nun ein Immobilienmakler überregional mit den Expansionsbedürfnissen der Filialunternehmen“, schrieb

ein Kunde. Gemeinsam mit seinem Studienfreund Dr. Fritz Krebs, der das Büro in Stuttgart eröffnete, betreute er bald darauf ganz Deutschland. Erste gute Kunden waren u.a. Salamander, Quelle, Tchibo, Eduscho, die Pernelle-Gruppe, Hettlage, Photo-Porst und Jersey Josephine. 1990 wurde das Unternehmen in CITYJUNG umbenannt und betreut heute in sechs Filialen und mit etwa 20 Mitarbeitern über 1.500 Kunden. Auf den folgenden Seiten gratulieren einige von ihnen zum runden Geburtstag. Auch CITYJUNG bedankt sich für das entgegengebrachte Vertrauen und die erfolgreiche Zusammenarbeit in den vergangenen 50 Jahren. ■

**NR. 1 JUNI 1976**  
**CITY TIP**  
 INFORMATION FÜR DEN HAUSEIGENTÜMER

WESTDEUTSCHE CITY-IMMOBILIEN · DIPL. KFM. ALFRID JUNG KG · 43 ESSEN 16 · WESSELSWERTH 49 · ☎ 0201/49817  
 SÜDDEUTSCHE CITY-IMMOBILIEN · 7090 ELLWANGEN 1 · PEUTINGER STRASSE 36 · ☎ 07961/2935

**Fußgängerzonen sind eine wichtige Voraussetzung zur Belegung innerstädtischer Bereiche.**

**Damit steigt auch der Wert von Geschäftslokalen in diesen Lagen.**

**Die City: Ein bevorzugter Standort des Einzelhandels**

Das wichtigste Merkmal, das den echten City-Grundbesitz gegenüber allen anderen Immobilien hervorhebt, ist seine hervorragende Eignung als Standort für den Einzelhandel. Diese Eignung ergibt sich aus der Ansammlung bekannter, leistungsfähiger Einzelhandelsunternehmen und findet seinen optischen Ausdruck in einer vergleichsweise extrem hohen Passantenfrequenz. Insbesondere die Großformen des Einzelhandels, die Waren- und Kaufhäuser wie Karstadt, Kaufhof, Hertie, Horten, C & A, Woolworth u.ä. bestimmen durch ihre Standortwahl den Verlauf der Passantenströme und damit darüber, wo es zur Bildung einer City kommt und wo nicht. Wir werden Sie deshalb künftig über neue Warenhaus-Planungen dieser „Magneten“ unterrichten, da der Wert Ihres Anwesens maßgeblich hiervon bestimmt wird.

Im Gegensatz zu dem an der Stammkundschaft orientierten Einzelhandel ermöglicht die große Ansammlung von Kaufinteressenten in der City die Ausrichtung des dortigen Einzelhandels auf die anonyme Laufkundschaft. Diese Anonymität, die andererseits nicht mehr die persönliche Anwesenheit des Ladeninhabers erfordert, begünstigt das Auftreten von Filialbetrieben in der City. Dieser Trend wurde verstärkt durch die günstigeren Einkaufs- und Werbemöglichkeiten der Filialbetriebe, so daß

Zur Herausgabe dieses Informationsdienstes wurden wir durch zahlreiche Gespräche veranlaßt, die wir Jahr für Jahr mit Hausbesitzern, mit Großfirmen des Einzelhandels und mit Kapitalanlegern führen. In diesem Zusammenhang werden uns immer wieder die gleichen Fragen gestellt; Fragen, die sich aus dem ganz besonderen Charakter der City-Immobilie ergeben, und deren Beantwortung über die allgemeinen Informationsquellen des Immobilien-Sektors meist unzulänglich ausfällt.

**Sehr geehrter Hauseigentümer**

• Vor Ihnen liegt das erste Exemplar einer kleinen Zeitung, die wir City-Tip genannt haben.  
 Der City-Tip soll Sie künftig über Themen informieren, die speziell für Sie als Eigentümer einer Immobilie in erster City-Lage interessant sind.

Rechts: Die erste Ausgabe des CITY TIP (damals noch mit einem P) erschien im Juni 1976. Titelthema: Die Bedeutung von City-Standorten.

Unten: Geschäftsbrief aus dem Jahr 1968 und Anzeige aus den 60er-Jahren.

18. 10. 1968

Ladenlokal in Berlin, Karl-Marx-Straße

Sehr geehrter Herr

für verschiedene meiner Kunden - ausschliesslich bekannte Filialunternehmen mit Geschäften in ganz Deutschland - suche ich dringend auf der Karl-Marx-Straße Ladenlokale zu mieten.

Insbesondere werden zurzeit Objekte von 120-150 qm und 5-6 m Front gesucht. Je nach Lage, Größe und Zustand kann hierfür ein mtl. Mietpreis von DM 4.000,- geboten werden.

Die von mir vertretenen Firmen schliessen langfristige währungs-gesicherte Verträge ab und übernehmen auf ihre Kosten die Gestaltung eines modernen Ladenlokals.

Sollten Sie interessiert sein, bitte ich um Ihre Nachricht mittels beiliegender Karte.

Mit vorzüglicher Hochachtung

Diplom-Kaufmann Alfrid Jung  
 Westdeutsche City-Immobilien  
 Essen

**IHRE SACHKUNDIGEN BERATER ...**

- Für den Verkauf von Immobilien in ersten Lagen,
- für die Vermietung von Ladenlokalen in ersten Lagen

**IHR DIREKTER DRAHT ...**

- Zu potenten Kapitalanlegern,
- zu leistungsstarken Filialunternehmen und Bankinstituten

**Dr. Fritz Krebs**

**Dipl. Kfm. Alfrid Jung**

**Frau Ruth Jung**

**Diplom-Kaufmann Alfrid Jung**  
 Westdeutsche City-Immobilien  
 Süddeutsche City-Immobilien

4300 Essen 16, Wesselswerth 49/51  
 7090 Ellwangen, Peutinger Str. 36  
 Mitglied im Ring Deutscher Makler



**Dr. Frank Wenzel,**  
Aachener Grundvermögen

**Nicht, weil die Dinge unerreichbar sind, wagen wir nicht. Weil wir nicht wagen, bleiben sie unerreichbar. (Seneca)**

„Der nie einfache und stets komplexe Immobilienmarkt gerade im Geschäftshaussegment erfordert ein gelassenes Nachdenken. Die Käufer- und Verkäufergruppen sind obendrein unterschiedlicher denn je. Wer eignet sich besonders als Bindeglied, das zwischen Verkäufer und Käufer gut und kompetent vermitteln kann? Die Antwort sollte auf die Person bzw. Berufsgruppe hinweisen, die über ein umfangreiches Spezialwissen am Immobilienmarkt und darüber hinaus über funktionierende Beziehungsnetze verfügt, gepaart mit dem unbedingten täglichen Einsatzwillen, die Wünsche der Kunden in einer vertretbaren Zeit erfolgreich zu lösen. Seriosität und Zuverlässigkeit, Einsatz und Erfahrung, Kenntnis des Marktes sowie erstklassige Kontakte qualifizieren CITYJUNG als geschätztes und fachkundiges Immobilienmaklerteam, das für uns diesen hohen Anforderungen voll und ganz entspricht. CITYJUNG hat gewagt und in 50 Jahren viel erreicht. Glückwunsch! ■

„Zu Ihrem 50-jährigen Firmenjubiläum möchte ich Ihnen und dem gesamten Team recht herzlich gratulieren. In dieser Zeit haben Sie sich zu einem der führenden Unternehmen der Branche entwickelt, die Zusammenarbeit war und ist gekennzeichnet durch ein exzellentes Know-how rund um die Immobilie in der 1A-Lage und insbesondere durch einen hervorragenden Beratungsservice. Ihr Unternehmen hat großen Anteil an der erfolgreichen Expansionspolitik, sowohl während meiner fast 15-jährigen Tätigkeit im Hause BONITA als auch in meiner jetzigen Funktion als Leiter der Expansion bei Gerry Weber. Ich freue mich auf die weitere Zusammenarbeit und wünsche Ihnen persönlich als auch geschäftlich alles Gute.“ ■

**Frank Reinhold,**  
Gerry Weber Retail GmbH



**Marcus Trojansky,**  
dm-drogerie markt GmbH + Co.KG

„Die Vermietungskollegen von CITYJUNG schätzen wir seit über 20 Jahren als professionelle Spezialmakler mit viel Herzblut für die Belange als Drogeriemarktfilialist. Die Zusammenarbeit bereitet Freude und ist von hohem, gegenseitigem Vertrauen geprägt. Bei einem Angebot von CITYJUNG greift man gern zum Telefonhörer.“ ■

50  
JAHRE



**Dr. Theodor Bergmann,**  
dbi Grundbesitzverwaltungs- und Projektidee GmbH

„Sehr sympathisch, hoch kompetent, markterfahren, immer beständig am Ball.“ ■



Müller Ltd. & Co. KG

„50 Jahre CITYJUNG! Herzlichen Glückwunsch und vielen Dank für die sehr gute Zusammenarbeit in den letzten 10 Jahren. Wir hoffen auf weiterhin gute Zusammenarbeit. Ihr Expansionsteam Müller Ltd. & Co. KG“ ■

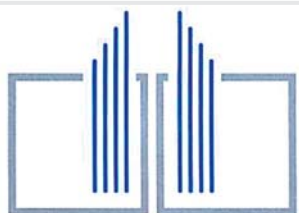


EURINVEST

Gruppe EURINVEST

„Was ist CITYJUNG für uns, die Groupe EURINVEST? Mit unserem Markteintritt in Deutschland vor 3 Jahren haben wir uns auch für CITYJUNG entschieden. Warum? CITYJUNG besitzt das nötige Know-how und die Expertise, ist deutschlandweit hervorragend vernetzt und genießt einen außergewöhnlich guten Ruf bei Eigentümern, Retailern und Mitbewerbern. Für uns als französisches Unternehmen ebenso wichtig ist das Savoir-vivre im Immobilienbusiness. Wir freuen uns auf weitere erfolgreiche Jahre mit und durch CITYJUNG.“ ■

CITYJUNG



K+D City Immobilien GmbH & Co. KG

50  
JAHRE

Günter Drasal,  
K+D City Immobilien GmbH &  
Co. KG

„Bereits seit 1967 stehen wir in einer sehr angenehmen und umfassenden Geschäftsverbindung zum Hause CITYJUNG. Während dieser Zeit wurden zahlreiche Immobilien zur Anmietung oder zum Kauf in 1A-Geschäftslagen vermittelt. Meist erfolgte nach der Entwicklung der Immobilien auch die Vermittlung von Mietern und Käufern. Das Haus CITYJUNG hat sehr wesentlich in fairer und kompetenter Weise zum Aufbau unseres Immobilien-Portfolios beigetragen. Wir hoffen und wünschen, dass sich diese Geschäftsverbindung auch in der nächsten Generation so erfolgreich fortentwickelt.“ ■



Werner Jenike,  
Jenike Retail Expansion

„Wir gratulieren zu Ihrem Firmenjubiläum 50 Jahre CITYJUNG. Solange am Markt erfolgreich zu bestehen hat sicherlich seine Gründe. In einer Branche, die sich in den letzten Jahren deutlich verändert hat, ist CITYJUNG seinen Tugenden treu geblieben. Das Beibehalten ‚alter‘ Werte wie Aufrichtigkeit, Solidarität und Gewissenhaftigkeit hat unser Vertrauen in das Unternehmen CITYJUNG immer wieder neu bestätigt. Herzlichen Glückwunsch!“ ■



Gerbert Hoepfner,  
Zero Modehandel GmbH & Co.KG

„Wir kennen die Firma CITYJUNG seit ca. 40 Jahren. Eines der ersten Ladenlokale von zero (in Hannover) wurde durch Ihr Unternehmen angemietet. Als textiler Einzelhandelsfilialist können wir uns auf Ihre Marktkennnisse und Ihr Fachwissen verlassen. Unsere Zusammenarbeit war und ist geprägt von Vertrauen und Zuverlässigkeit. Wir gratulieren Ihnen herzlich zu Ihrem 50-jährigen Firmenjubiläum.“ ■

CITYJUNG

„Für uns als Projektentwickler ist die vertrauliche, belastbare Information aus dem Marktgeschehen ein wesentlicher Erfolgsgarant zur Identifikation und Akquisition von interessanten Projekten. Vor diesem Hintergrund weiß ich die ebenso partnerschaftliche wie auch professionelle Zusammenarbeit mit dem Haus CITYJUNG sehr zu schätzen und wünsche viel Erfolg für die nächsten 50 Jahre.“ ■

Marco Schwartz,  
B&L-Gruppe Hamburg



## CITYJUNG MIETPREISSPIEGEL FÜR LADENLOKALE IN ERSTEN CITY-LAGEN (AUSZUG)

Stadt	Miete je Quadratmeter Verkaufsfläche			Stadt	Miete je Quadratmeter Verkaufsfläche		
	bis 100 m <sup>2</sup> EUR/mtl.	100-300 m <sup>2</sup> EUR/mtl.	ab 300 m <sup>2</sup> EUR/mtl.		bis 100 m <sup>2</sup> EUR/mtl.	100-300 m <sup>2</sup> EUR/mtl.	ab 300 m <sup>2</sup> EUR/mtl.
Aalen	30-50	25-30	20-25	Koblenz	80-100	60-80	40-60
Aachen	90-110	70-80	55-65	Köln	230-250	170-190	120-140
Augsburg	75-110	50-75	40-50	Krefeld	70-75	50-55	35-40
Bad Homburg	60-80	45-75	30-45	Lahr	40-50	30-40	20-25
Bad Tölz	40-50	30-40	20	Landau	40-50	30-40	20-30
Bamberg	80	55-80	40-45	Landshut	55-60	35-50	20-30
Berlin, <i>Friedrichstr.</i>	140-150	100-120	80-100	Leipzig	120-130	100-110	80-90
Berlin, <i>Hackescher Markt</i>	100-110	80-90	60-70	Limburg	45-55	30-45	25-35
Berlin, <i>Kurfürstendamm Tauentzienstraße</i>	250-300	200-220	150-180	Lübeck	100-110	80-90	50-60
Berlin, <i>Schloßstr.</i>	100-110	80-90	60-80	Lüneburg	90-100	80-90	60-70
Berlin, <i>Wilmsdorfer Str.</i>	80-90	50-60	30-40	Mainz	100-120	70-100	50-70
Bielefeld	130-150	110-115	70-75	Mannheim	95-135	75-95	50-70
Bochum	90-100	55-65	30-40	Memmingen	50-60	35-40	25-30
Bonn	120-140	90-100	70-80	Minden	40-45	30-35	20-25
Braunschweig	90-100	65-75	45-60	Mönchengl. bach	50-55	42-45	30-34
Bremen	120-130	90-95	65-75	Münster	150-160	90-100	70-80
Bruchsal	30-40	20-30	15-20	Neuss	60-65	45-50	30-35
Celle	70-80	60-70	40-50	Neuwied	40-50	25-35	15-20
Coburg	35-55	20-40	20	Nürnberg	90-135	70-90	50-70
Dortmund	190-210	150-160	95-110	Oldenburg	80-95	60-70	40-50
Dresden	100-110	80-90	60-70	Osnabrück	110-120	80-95	55-65
Duisburg	60-70	40-45	25-30	Potsdam	70-80	60-70	40-50
Düsseldorf	210-230	145-150	100-110	Rastatt	30-40	25-30	20-25
Eisenach	50-60	40-50	30-40	Ratingen	60-80	35-40	20-30
Elmshorn	40-45	30-35	20-25	Recklinghausen	75-85	40-50	25-30
Erfurt	100-110	80-90	60-70	Regensburg	40-65	30-45	25-30
Essen	80-90	50-60	40-50	Reutlingen	75-80	70-75	50-70
Esslingen	50-60	40-50	30-40	Rosenheim	70-90	60-70	40-50
Frankenthal	25-35	20-35	15-20	Rostock	90-100	70-80	50-60
Frankfurt	250-300	160-200	80-150	Saarbrücken	80-100	50-80	40-50
Freising	40-50	35-40	25-30	Schwäbisch Gmünd	45-50	40-45	30
Friedrichshafen	40-45	30-40	25-30	Speyer	45-65	35-45	20-30
Fulda	50-70	40-50	30-40	Stade	50-60	40-50	30-40
Füssen	40	25-30	15-20	Stralsund	50-60	40-50	30-40
Gießen	80-100	60-80	35-55	Straubing	65	40-45	30-35
Göppingen	50-60	40-50	35-40	Stuttgart	150-240	110-150	80-100
Göttingen	90-95	70-75	40-50	Sylt	80-85	50-55	25-30
Greifswald	50-60	40-50	30-40	Trier	90-110	70-90	50-70
Halle	70-80	50-60	30-40	Tübingen	50-60	40-50	30-40
Hamburg	220-240	180-200	150-170	Ulm	80-110	50-80	40-50
Hanau	40-50	35-45	20-35	Unna	40-45	25-30	15-20
Hannover	170-180	130-140	90-100	VS-Villingen	30-40	20-25	20
Heidelberg	105-118	90-100	85-90	Weiden	45-50	35-40	25-30
Ingolstadt	70-85	50-60	35-40	Wiesbaden	100-130	80-100	60-80
Kaiserslautern	70-100	50-70	30-50	Wolfsburg	30-35	25-30	20-25
Kassel	80-90	60-70	50-60	Wuppertal	65-70	50-55	30-35
Kaufbeuren	40	30-35	20	Würzburg	80-110	60-80	50-80
Kiel	80-100	70-80	50-60	Zwickau	50-60	40-45	25-30

## Suchen Sie Ihre Stadt? Fordern Sie Informationen bei uns an.

Diese Tabelle gibt keine wissenschaftlich exakt ermittelten Preise wieder (die kann es wegen der schmalen empirischen Basis nicht geben), sondern Erfahrungswerte von CITYJUNG-Mitarbeitern. Die Spitzenwerte gelten für den „idealen Laden“ in bester Lage (also eine möglichst lange, ebenerdige Ladenfront, einen Eingang ohne Stufen, einen säulenfreien Innenraum mit optimalem Zuschnitt und Belichtung) und für Verträge üblicher Gestaltung (langfristig mit Option, normale Indexklausel, Untervermietrecht, keine Sonderinvestitionen). Die in der Tabelle genannten Preise sind auf aktuelle Vermittlungen bezogen.

(Stand April 2011)

# Der Gewerberaummietvertrag Teil 6

von Rechtsanwalt Sebastian Schottmüller



CITYJUNG stellt ihren Kunden bei Bedarf einen Muster-Mietvertrag zur Verfügung. Bereits in den vergangenen Ausgaben wurden die in den einzelnen Paragraphen getroffenen Regelungen erläutert, auf mögliche Problemstellungen hingewiesen und Beispiele zu deren Verdeutlichung aufgezeigt. Es wird in dieser und den kommenden Ausgaben des City-Tipps jeweils ein Paragraph auf diese Weise erläutert, so dass alle Regelungen des Muster-Vertrages am Ende dieser Serie erklärt sind. Selbstverständlich kann es sich hierbei nicht um eine umfassende Abhandlung sämtlicher Facetten eines Gewerberaummietvertrages handeln. Es sollen jedoch in dem gegebenen Rahmen die wesentlichen Aspekte dargestellt und erläutert werden. In der aktuellen Ausgabe wird die Regelung in § 6 (Werbung) besprochen. § 6 des Mustervertrages regelt die Zulässigkeit von Außenwerbung an der Fassade sowie die Kostenverteilung zur Anbringung und späteren Entfernung.

## § 6 Werbung Dem Mieter ist die Anbringung von Leuchtttransparenten und

**anderen Reklameeinrichtungen an der Außenwand der Mieträume bis zur Fensterunterbank im 1. Obergeschoss gestattet. Er ist verpflichtet, die für die Anbringung der Reklameeinrichtung notwendigen behördlichen Genehmigungen zu beschaffen. Die Kosten der Anbringung und Unterhaltung der Reklameeinrichtung wie auch deren Entfernung (einschließlich etwaiger Kosten für die Wiederherstellung der durch die Reklameeinrichtung beschädigten Fassade) bei Mietende trägt der Mieter.**

Der Mietvertrag sieht an dieser Stelle vor, dass Außenwerbung an der Fassade grundsätzlich zugelassen wird. Die Reklame des Mieters erfährt jedoch Einschränkungen in Bezug auf die Fläche („bis zur Fensterunterbank im 1. Obergeschoss“) sowie durch die örtlichen Begebenheiten im Rahmen der jeweiligen städtischen Regelungen zum Stadtbild. Soweit sich das Mietobjekt nicht im Erdgeschoss befindet, ist die Regelung bezüglich der für die Werbung zugelassenen Fläche entsprechend anzupassen. Der Bundesgerichtshof hat hierzu für großstädtische Geschäftshäuser

entschieden, dass der Mieter berechtigt ist, die Fläche von der Unterkante seiner Fenster bis zur Unterkante der darüber liegenden Fenster für seine Reklame zu nutzen.

Vor allem bei Ladenlokalen in Altstadtlagen oder Innenstädten mit historischem Stadtkern ist besonderes Augenmerk auf die behördliche Genehmigung bzw. die dieser Genehmigung zugrunde liegende städtische Satzung zu richten.

In diesen Regelwerken finden sich üblicherweise detaillierte Auflistungen und Vorgaben, welche Art von Außenwerbung an welchen Häusern gestattet ist sowie welche Größe, Beleuchtung zulässig ist.

Am Beispiel der Stadtbildsatzung der Stadt Tübingen soll dies hier in Kürze veranschaulicht werden. Die Stadtbildsatzung ist regelmäßig auf der städtischen Homepage einsehbar.

Unter: [http://www.tuebingen.de/formulardownload/satzung\\_stadtbild.pdf](http://www.tuebingen.de/formulardownload/satzung_stadtbild.pdf) steht bspw. die Tübinger Satzung zum Download als pdf bereit. Darin finden sich sowohl Bauvorschriften, als auch Regelungen zu Abbruchmaßnahmen, die zur Sicherung und

Erhaltung des Stadtbildes dienen sollen.

In der in vier Teile gegliederten Satzung ist in § 6 im zweiten Teil das Thema der Werbeanlagen geregelt. Darin wird zunächst definiert, was unter einer Werbeanlage überhaupt zu verstehen ist, nämlich in diesem Fall „alle örtlich gebundenen Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen, und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind“.

Weiter findet sich in Absatz 5 der Vorschrift, dass nur eine Werbung je Geschäft zulässig ist, und sich nicht auf mehr als ein Gebäude erstrecken darf (Abs. 6). Konkrete Regelungen zum Abstand der Werbung von den Gebäudekanten (Abs. 8) und der maximalen Größe der Werbeträger und der Schriften (Abs. 9) sowie den Grenzen der Beleuchtung (Abs. 10, 11, 12) geben exakt vor, in welchem Rahmen der jeweilige Betreiber seine Werbeanlage zu halten hat.

Anhand dessen verdeutlicht sich, dass zwar eine grundsätzliche Regelung der Thematik Werbung im Mietvertrag erforderlich ist, jedoch bereits durch die jeweiligen städtischen Vorgaben teils starke Einschränkungen bestehen. Aus Sicht der Vertragsparteien von Bedeutung ist daher vor allem, dass im Mietvertrag vereinbart ist, wer für die erforderlichen Genehmigungen verantwortlich ist, und wer die Kosten für Anbringung, Entfernung und Fassadenausbesserung zu tragen hat. Regelmäßig hat diese Kosten der Mieter als Werbender selbst zu tragen, was sich in § 6 des Mietvertrages daher so wiederfindet. ■



### Sebastian Schottmüller MBA

Seit 2002 als Rechtsanwalt in der Stuttgarter Anwaltskanzlei Rüdissühl, Brenner, Renz insbesondere im Insolvenz-, Arbeits- und gewerblichen Mietrecht tätig.

Die im Stuttgarter Westen gelegene Kanzlei mit elf Anwälten ist vornehmlich zivilrechtlich ausgerichtet. Die Schwerpunkte liegen dabei im Wirtschafts- und Insolvenzrecht sowie dem Mietrecht,

Arbeitsrecht und Erbrecht. Neben der klassischen, fallbezogenen Anwaltstätigkeit bietet die Kanzlei umfassende Beratungsleistungen an, zum Beispiel im Wirtschaftsrecht bei Firmengründungen, Umstrukturierungen oder der Unternehmensnachfolge.

Die Kanzlei arbeitet dabei seit Jahren eng mit der Stuttgarter Steuerberatungsgesellschaft GLK Görlicke Lange zusammen. Homepage: [www.webadvocat.de](http://www.webadvocat.de)

# Neuer Mitarbeiter



Seit Januar 2011 verstärkt John Groteloh (38) das Team von CITYJUNG in Essen. Nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre arbeitete er als Assistent der Verkaufsleitung bei einem Kölner Beleuchtungstechnikhersteller sowie als leitender Verkäufer eines Softwareherstellers für die Immobilienwirtschaft. Hier gab es den ersten Berührungspunkt zu CITYJUNG – ein persönliches Beratungsgespräch mit Herrn Altfrid Jung in seinem damaligen Hamburger Büro am Jungfernstieg. Im Sommer 2001 hat er sich dann mit einem Immobilienbüro in der Kölner Südstadt selbständig gemacht.

In dieser Zeit vermittelte er neben zahlreichen Wohnungen und Einfamilienhäusern auch das erste Mietobjekt in der Kölner 1A-Lage (Hohe Straße/Ecke Brückenstraße). Innerhalb des Essener CITYJUNG-Teams steht er Ihnen gerne ab sofort mit der gewohnten Kompetenz im Bereich Investment, Projektentwicklung und Vermietung von Einzelhandelsimmobilien zur Verfügung.

In seiner Freizeit widmet sich der Kölner seiner Familie mit Tochter Pia Antonia (11), seinem italienischen Motorrad und der Kunstfliegerei. ■

# Aktuelle Vermietungen und Verkäufe

- Berlin, Kurfürstendamm 225–226 (an KÄTHE WOHLFAHRT)
- Berlin, Rosenthaler Straße 2 (an SUSHI CIRCLE)
- Bielefeld, Niedernstraße 5–7 (an FAMILY OFFICE verkauft)
- Dortmund, Potgasse 4–12 (an ODLO)
- Göttingen, Kornmarkt 3 (an L'OCCITANE)
- Köln, Hohe Straße 98 (an ISICO-U.S.A.-SPORTS)
- Lüdenscheid, Wilhelmstraße 36a (an MEDIASTAR)
- Recklinghausen, Markt 11 (an TAMARIS)
- Schwerin, Mecklenburgstraße 28 (an RENO SCHUHE)
- Soest, Brüderstraße 37–39 (an WOOLWORTH)
- Weimar, Theaterplatz 2a (an DM DROGERIE)



Bielefeld, Niedernstraße 5–7 (an FAMILY OFFICE verkauft)

## VERBRAUCHERPREISINDIZES FÜR DEUTSCHLAND

Basisjahr 2005

Monat	Verbraucherpreisindex Neuberechnung auf Basis 2005 = 100
April 2011	110,5
März 2011	110,3
Februar 2011	109,8
Januar 2011	109,2
Dezember 2010	109,6
November 2010	108,5
Oktober 2010	108,4
September 2010	108,3
August 2010	108,4
Juli 2010	108,4
Juni 2010	108,1
Mai 2010	108,0
April 2010	107,9
<b>Gesamtindex 2008</b>	<b>106,6</b>
<b>Gesamtindex 2009</b>	<b>107,0</b>
<b>Gesamtindex 2010</b>	<b>108,2</b>

Quelle: Verbraucherpreisindizes für Deutschland. Herausgeber: Statistisches Bundesamt Wiesbaden. Angaben ohne Gewähr.

### Impressum:

**Redaktion:** CITYJUNG Immobilien Ellwangen, Südwest, München. **Satz/Layout:** grafikID, Ellwangen.

**Druck:** Druckerei Opferkuch GmbH, Ellwangen. **Auflage:** 12.600 Exemplare

**BERLIN**

**ESSEN**

**ELLWANGEN**

**SÜDWEST**

**MÜNCHEN**

**CITY JUNG**

**SEIT ÜBER 50 JAHREN  
IHR SPEZIALMAKLER  
FÜR CITY-IMMOBILIEN**

## WIR SIND ÜBERALL FÜR SIE DA



CITYJUNG-TEAM Nord

Josephine Radszuweit  
Oliver Hentschel  
Jenny Kirschke  
Ramona Reddig  
Florian Radszuweit  
Kerstin Heßelmann  
John Groteloh  
Silvia Kehne  
Ralph Hagedorn  
Sezcan Kayakusu

### Berlin

Tauntenzienstraße 7 b/c  
10789 Berlin  
Telefon 030 884192-0  
Telefax 030 884192-13  
berlin@cityjung.de

### Essen

Am Alfredusbad 2  
45133 Essen  
Telefon 0201 43774-0  
Telefax 0201 43774-30  
essen@cityjung.de



CITYJUNG-TEAM Süd

Christoph Grohmann  
Matthias Uhl  
Elke Jaumann  
Günther Leukhardt  
Thekla Lackner  
Hanne Hirsch-Müller  
Marius Gutmann

### Südwest

Trifelsstraße 61  
76829 Leinsweiler  
Telefon 06345 94944-0  
Telefax 06345 94944-15  
suedwest@cityjung.de

### München

Neuhauser Straße 3  
80331 München  
Telefon 089 242234-75  
Telefax 089 242234-76  
muenchen@cityjung.de

Überregional vertreten zu sein und dem Kunden dabei Ortsnähe und Ortskenntnis zu garantieren, ist für das CITYJUNG-Team von besonderer Bedeutung.

Die über 50-jährige Erfahrung im Spezialmarkt für City Immobilien soll unseren Kunden bundesweit zugute kommen, mit Büros in Berlin, Essen, Ellwangen, München und Südwest.

Wir freuen uns, wenn wir Sie beraten dürfen.

[www.cityjung.de](http://www.cityjung.de)

#### Bitte beraten Sie mich ausführlich.

Das angekreuzte Thema interessiert mich ganz besonders.

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Vermietung                | <input type="checkbox"/> Verkauf                     |
| <input type="checkbox"/> Mietwert-<br>ermittlung   | <input type="checkbox"/> Verkehrswert-<br>ermittlung |
| <input type="checkbox"/> Kauf von Geschäftshäusern |  |
| <input type="checkbox"/> Index-Dienst              | <input type="checkbox"/> Allgemein                   |

Mein Haus befindet sich in:

PLZ/Stadt \_\_\_\_\_

Straße/Nr. \_\_\_\_\_

Mein Name und meine Adresse:

Name \_\_\_\_\_

Straße/Nr. \_\_\_\_\_

PLZ/Stadt \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Porto zahlt  
Empfänger

### ANTWORTKARTE

CITYJUNG Immobilien  
Ellwangen GmbH & Co. KG  
Bahnhofstraße 7  
73479 Ellwangen



Seit über 50 Jahren Spezialmakler  
für City-Immobilien