

# CITY C TIPPS

**EXPO REAL**  
 4. bis 6. Oktober 2017  
 in München  
 Besuchen Sie uns in  
 Halle A1, Stand 130

## AKTUELLE KUNDENINFORMATION VON CITYJUNG



### Johann Baptist Werdich

Belegschaft aus dem Jahr 1895 um den Firmengründer Johann Baptist



### Albert Gradmann

Firmengründung im Jahr 1864



### Rechtsberatung

Sebastian Schottmüller MBA ist seit 2002 als Rechtsanwalt insbesondere im Insolvenz-, Arbeits- und gewerblichen Mietrecht tätig.

## Bodenseeregion

Eine TOP-Region im Süden Deutschlands mit herausragender Freizeit- und Tourismuswirtschaft findet man an den Ufern des Bodensees und dem dazu gehörenden Hinterland – gute Stimmung im Einzelhandel und bei den Hauseigentümern belegen seit Jahren die Attraktivität dieser Region.

Der Bodensee mit seinen angrenzenden Landkreisen Konstanz, Bodenseekreis, Ravensburg und Lindau ist bundesweit bekannt als Region mit landschaftlicher Schönheit, hohem touristischen Angebot und attraktiven Klein- und Mittelstädten. Seit Jahrzehnten begleitet CITYJUNG so manche Neuvermietung und betreut Filialisten, Hauseigentümer sowie regionale Unternehmen, die in der Region beheimatet sind und hier die Basis ihres unternehmerischen Handelns haben.



Friedrichshafen – Zeppelinmuseum am Buchhornplatz, dahinter die Einkaufslage Wilhelm- und Karlstraße

CITYJUNG hat zur Vorstellung der Region

Bodensee mit den Firmen Parfümerie Gradmann und Schuh Werdich gesprochen. Herr Wolfgang Raetz (Parfümerie Gradmann) und Frau Nora Johanna Werdich stellten sich gerne für ein kleines Interview zur Verfügung.



Blick vom Bodensee auf die Justitia. Im Hintergrund die Einkaufslage Marktstätte und Kanzleistraße

**CITYJUNG:** „Die Bodenseeregion ist attraktiv, obwohl die Einwohnerzahl der Städte eher klein und überschaubar ist. Was macht diese Region einzelhandelstechnisch für Sie so reizvoll?“

**Frau Werdich:** „Die Bodenseeregion hat Merkmale wie die starke Infrastruktur, Industrie, Obstbau und Tourismus. Landschaftlich und kulturell ist die Region sehr anziehend. Die Standorte haben eine hohe

### Inhaltsverzeichnis

Bodenseeregion .....	1-4
Firmenpräsentation:	
„Parfümerie Gradmann“ ..	2-3
Firmenpräsentation:	
„Schuhhaus Werdich“ .....	4
Mietpreisspiegel .....	5
CITYJUNG auf der	
EXPO REAL .....	5
Aktuelle Rechtsprechung .....	6
Aktuelle Vermittlungen .....	7
Preisindizes.....	7



Überlingen

Aufenthaltsqualität und sind attraktiv für das Einzugsgebiet. Messen und Kongresse in reizvollen Städten ziehen hohe Besucherzahlen an, und wir erleben ganzjährig die zusätzliche Frequenz durch den Tourismus. Ein weiterer positiver Faktor ist die Nähe zur Schweiz mit kaufkräftigen Kunden.

Wir sind an vielen Standorten historisch verankert, weil wir unsere Geschäfte hier seit Jahrzehnten betreiben. An kleineren Standorten oder Mittelstädten sind wir meist mit beiden Vertriebschienen – Werdich Das Schuhhaus und ShoeTown Werdich – vertreten und gehören mit unserer Sortimentskompetenz zu den wichtigen Anbietern bei Schuhen und Accessoires. Einige Objekte

in der erweiterten Region befinden sich im Eigentum, so dass wir sowohl Vermieter als auch Mieter sind. Die Höhe der Mieten ist angemessen und damit das Verhältnis zwischen Umsatz und Miete realistisch.“

**Herr Raetz:** „Sechs der Bodenseestädte besitzen einen besonderen Charme: Konstanz, Radolfzell, Überlingen, Meersburg, Lindau und Ravensburg. Hier hat der Fremdenverkehr in den letzten Jahren zugelegt. Die Blumeninsel Mainau bildet einen Magneten. Die beiden Industriestädte Singen und Friedrichshafen waren am Ende des 2. Weltkriegs stark zerstört; sie sind nicht attraktiv, besitzen aber eine starke Wirtschaftskraft.“

**CITYJUNG:** „Der Einzelhandel ist bekanntlich stark im Wandel. Der Online-Umsatz stieg in den letzten Jahren und es gab einige Bewegung im Vermietungsmarkt. Wie haben Sie diese Entwicklung wahrgenommen und welche Erfahrungen dabei gemacht?“

**Frau Werdich:** „Die veränderten Wettbewerbs- und Rahmenbedingungen im stationären Handel mit dem starken Einfluss des Online-Handels und sinkenden Frequenzen in den Innenstädten führen derzeit, mit der Ausnahme von weni-

gen Handelskonzepten, zu einer gebremsten Expansion vieler stationärer Handelsunternehmen. Hinzu kommt, dass viele Filialisten, die in den vergangenen Jahren überproportional stark

expandiert haben, ihr Portfolio um rentable Standorte verengen. Verstärkt wird dieser Effekt durch Insolvenzen und Geschäftsaufgaben, die zu Leerständen führen.

## FIRMENPRÄSENTATION



Konstanz, Hussenstraße im Jahr 1952

## GRADMANN 1864 PARFÜMERIE GmbH

Als Albert Gradmann im Jahre 1864 seine Materialienhandlung ins Handelsregister eintragen ließ, hatte er das Haus „zum blauen Sattel“ in Konstanz für 20.000 Gulden erworben. Er verkaufte Chemikalien und Pulverfarben plus Leinöl für die Herstellung von Anstrichen. Als die Petroleumlampen aufkamen, importierte er Erdöl in Holzfässern, die zusehends leichter wurden, weil das Petroleum durch das Holz diffundierte. Gradmann baute einen Erdtank.

Als die Drogeriemärkte von dm und Rossmann aufkamen, konzentrierte sich die Firma Gradmann auf zwei Nischen, die Farben und die Parfümerie. Beide Zweige entwickelten sich. Der Farbenhandel erhielt im neugebauten Zentrallager ideale Verkaufs- und Lagerräume.

Die „GRADMANN 1864 Parfümerie GmbH“ wird heute in 5. Generation geleitet von Sebastian Raetz. Das Stammhaus in Konstanz zählt zu Deutschlands schönsten Parfümerien. Im Jahr 2018



Lindau



ShoeTown Konstanz – Außenansicht



Dieses Überangebot an Flächen, einhergehend mit einer zurückhaltenden Expansionspolitik wegen der Unsicherheit, wie sich das Handelsumfeld und die Chancen zukünftig verändern

werden, lässt die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen sinken. Das hat zur Folge, dass das Mietpreisniveau tendenziell sinkt. Wie gehen davon aus, dass sich diese Entwicklung

wird die Verkaufsfläche nochmals vergrößert auf dann 800 qm. Es gibt 10 Filialen, die meisten liegen im Bodenseegebiet.

Zwei dieser Parfümerien arbeiten in interessanten Gebäuden: Die Verkaufsfläche im 1912 erbauten Guggenheim-Haus in Singen vermittelte uns CityJung, es ist inzwischen die zweitstärkste Gradmann-Filiale. Das Haus in der Maximilianstrasse in Lindau besticht nicht nur durch seine Ecklage sondern auch durch die schmiedeiserne Treppe ins 1. OG.

Zu jeder Gradmann-Parfümerie gehört eine Service-Etage, in der Kosmetikbehandlungen und Nagel-Design ausgeführt wer-



Parfum-Präsentation in Konstanz

den. Im Verkaufsraum finden Beauty-Work-Shops statt, abends laufen Schminkschulen. Das Entscheidende ist aber die Motivation der MitarbeiterInnen, die seit 1973 am Jahresergebnis der Firma beteiligt sind.



Konstanz, Hussenstraße heute



ShoeTown Konstanz - Innenansicht

noch fortsetzen und verstärken wird. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass diese veränderten Rahmenbedingungen auch den Vermietern bewusst werden und hier ein Umdenken stattfindet. Mittlerweile lassen sich verbesserte Konditionen bezüglich Miethöhe, Laufzeit und Ausgestaltung von Verträgen verhandeln.“



Singen, Scheffelstraße

**Herr Raetz:** „Der gesamte Einzelhandel verbucht seinen Zuwachs im Online-Geschäft, der stationäre Handel stagniert. Dank der Lage direkt an der Grenze zur Schweiz erlebten Konstanz, Radolfzell und Singen eine Sonderkonjunktur: Das Preisbild der Schweiz liegt viel höher. Zusätzlich erhalten die Eidgenossen die Mehrwertsteuer erstattet. Am Ende kosten fast alle Waren aus Deutschland die Hälfte.“

**CITYJUNG:** „Wie sehen Sie die Entwicklung des Einzelhandels in den Städten der Region?“

**Herr Raetz zu Konstanz, Radolfzell, Singen und Überlingen:** „Im Mittelalter erstreckte sich das Bistum Konstanz bis zum San Bernardino. Mit der Eröffnung des innerstädtischen LAGO-Centers in 2004 wurde Konstanz wieder die Einkaufsmetropole

der Nord-Ost-Schweiz. Dies dürfte sich Ende 2018 mit dem Start des ECE-Centers in Singen abschwächen: Voraussichtlich geben die Umsätze des Konstanzer Einzelhandels ca. 15% nach. Das wird sich auf die inzwischen sehr stolzen Geschäftsmieten auswirken. Es wird auch Leerstände geben. Und die derzeit nervige Verkehrssituation wird sich entspannen.“

**Radolfzell** hat sich seine Ursprünglichkeit bewahrt. Die verwinkelten Gassen, der üppige Wochenmarkt auf dem Münsterplatz und die Mettnau-Kur sorgen für Begeisterung. Die Mieten sind halb so hoch wie in Konstanz. Trotz der starken Nachbarn im Osten und Westen konnte sich der kleinteilige Handel behaupten. Das Outlet-Center auf 10.000 qm der Trikotagenfirma Schiesser vor den Stadtmauern zieht Kunden an.



Lindau, Maximilianstraße



Schuhhaus Friedrichshafen – Außenansicht

**Singen** ist eine junge Stadt, geprägt durch Firmen wie die Aluminium-Walzwerke, Maggi und Fitting. Mit der Eröffnung des ECE-Centers Anfang 2019 holt sich Singen die Führungsrolle im Einzelhandel zurück. Die Verkehrsanbindung ist optimal, Singen liegt wie die Spinne im Netz.

**Überlingen** ist eine Schönheit auf der Sonnenseite des Sees. Nicht von ungefähr haben hier viele Schwaben ihre Zweitwohnung eingerichtet. Die Yacht liegt in einem der Häfen. Die Geschäftsmieten sind erträglich, die Kaufkraft beeindruckend.

**Frau Werdich:** „Wangen, Friedrichshafen, Ravensburg und Lindau – in diesen Städten sind wir seit vielen Jahrzehnten mit beiden Vertriebschienen präsent. Nach vielen Jahren mit steigenden Umsätzen halten sich die Umsätze stabil auf einem guten Niveau. Experten erwarten deutliche Umsatzeinbußen gerade in Klein- und Mittelstädten durch den weiter zunehmenden Online-Handel. Wenn es gelingt, das Angebot in diesen Städten attraktiv und vielfältig zu halten, sehen wir gute Chancen, auch in Zukunft dort rentable Umsätze zu erwirtschaften.“

Den gestiegenen Anforderungen der Kunden versuchen wir durch die Weiterentwicklung unse-



Schuhhaus Wangen – Außenansicht

## Schuhhaus Werdich – historischer Abriss

122 Jahre nach seiner Gründung und mit 4 Familiengenerationen hat sich Werdich zu einem nachhaltig orientierten mittelständischen Filialunternehmen an 44 Standorten entwickelt.

Die Erfolgsgeschichte beginnt 1895, als sich der Schuhmachermeister Johann Baptist Werdich nach seinen Wanderjahren in Wangen im Allgäu niederlässt und dort gemeinsam mit

seiner Frau Wilhelmine ein Schuhgeschäft eröffnet. Sohn Johann Werdich wird im Jahr 1900 geboren und geht als 22-Jähriger für zwei Jahre nach Amerika und bringt, so steht es in der Firmenchronik, „moderne Geschäftsmethoden“ mit zurück in die Heimat. 1937 eröffnet er ein Geschäft in Ulm. Doch der Zweite Weltkrieg wirft die Unternehmerfamilie zurück. Bomben zerstören das Ulmer Geschäft.



res Warenangebots und unserer Serviceleistungen auf allen Vertriebskanälen (Omnichannel-Anbieter) gerecht zu werden.

Die Vermieter, aber auch die Kommunen müssen dafür Sorge tragen, dass die Städte für Kunden gut und preiswert erreichbar sind und interessante Angebote im Bereich Handel, Gastronomie, Hotels, Events, Freizeitangebote usw. bieten. Wenn dies gelingt, bleiben auch Klein- und Mittelstädte lebendig und attraktiv.



Schuhhaus Friedrichshafen – Innenansicht

## FIRMENPRÄSENTATION

Ab den 1960er-Jahren übernehmen vier Enkel den Familienbetrieb, weiterhin mit Sitz in Wangen i. Allgäu. Innerhalb eines halben Jahrhunderts baut das schwäbische Familienteam das elterliche Geschäft zu einem modernen, mittelständischen Schuhunternehmen auf. Sie etablieren die zwei Vertriebschienen Schuhhaus Werdich und ShoeTown Werdich und verlegen die Warenzentrale von Wangen im Allgäu aus logistischen Gründen nach Dornstadt bei Ulm.

Das Unternehmen wird heute in der nunmehr vierten Generation von Friedrich Werdich sowie Herrn Jörg Riemer geleitet. Der Firmensitz des Unternehmens befindet sich seit dem Jahre 2000 komplett in Dornstadt. 2006 startet der Onlineshop und setzt damit zu einem frühen Zeitpunkt den Grundstein für eine Multichannel-Strategie. Das Filialnetz des Familienunternehmens Werdich erstreckt sich über Baden-Württemberg und Bayern, am Bodensee ist Werdich u.a. in Lindau, Konstanz und Friedrichshafen vertreten.



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

Stadt	bis 100 m <sup>2</sup> EUR/mtl.	100 bis 300 m <sup>2</sup> EUR/mtl.	ab 300 m <sup>2</sup> EUR/mtl.	Stadt	bis 100 m <sup>2</sup> EUR/mtl.	100-300 m <sup>2</sup> EUR/mtl.	300-500 m <sup>2</sup> EUR/mtl.
Ansbach	25-30	15-20	10-15	Mainz	85-110	65-85	40-60
Aalen	45-55	25-35	20-30	Mannheim	95-135	75-95	50-70
Augsburg	70-100	50-70	35-50	Memmingen	40-50	30-35	25-30
Bad Kreuznach	40-60	25-40	15-20	München	300-350	250-300	180-200
Bamberg	65-80	45-55	35-40	Neumarkt	30-35	25-30	15-20
Bayreuth	25-35	20-25	15-20	Neustadt/Weinstraße	35-40	20-35	15-20
Coburg	45-65	30-45	20-30	Nürnberg	110-160	90-110	70-90
Erlangen	40-60	30-40	25-30	Offenburg	50-60	40-50	30-40
Frankfurt	250-350	200-250	100-150	Ravensburg	60-80	50-60	40-50
Freiburg	130-150	100-130	75-100	Regensburg	50-70	35-45	25-35
Friedrichshafen	35-45	30-35	25-30	Reutlingen	80-90	50-60	30-40
Gießen	70-90	45-70	30-45	Rosenheim	80-100	65-80	50-65
Heidelberg	110-120	80-100	60-80	Speyer	45-60	35-40	25-35
Heidenheim	35-45	25-35	20-25	Straubing	45-55	35-40	25-35
Heilbronn	60-80	40-60	25-40	Stuttgart	170-250	130-170	80-130
Ingolstadt	55-75	35-50	20-30	Trier	75-100	55-75	40-50
Karlsruhe	80-100	40-70	30-40	Ulm	100-120	75-100	50-70
Kempten	45-60	30-45	20-30	VS-Villingen	40-50	30-40	20-30
Koblenz	50-75	35-45	20-30	Weiden	30-40	20-30	15-20
Lahr	30-35	25-30	20-25	Wiesbaden	100-140	80-100	60-80
Ludwigsburg	30-40	20-30	15-20	Würzburg	100-125	80-100	50-70

### 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. Die angegebenen Preise beziehen sich auf Ladenflächen im Erdgeschoss. Informationen über Mietpreise für Ladenflächen, die über mehrere Ebenen gehen, stellen wir Ihnen gern auf Anfrage zur Verfügung.

## CITYJUNG auf der

### 20. Internationale Immobilienmesse vom 4. Bis 6. Oktober 2017 in München

CITYJUNG ist auch dieses Jahr wieder als Mitaussteller auf dem Stand des ivd-Verbands auf der EXPO REAL vertreten. In der Messehalle A1, Stand 130, stehen wir an allen drei Messetagen als Ansprechpartner für unsere Kunden und Besucher zur Verfügung. De-

tailliert informieren wir Hauseigentümer, Investoren und Mieter zu Angeboten, Standorten, Lagen und über die aktuelle Marktsituation.



# Wertsicherungsklauseln und Verbraucherpreisindex

Rechtsanwalt Sebastian Schottmüller



In zahlreichen Gewerberaummietverträgen sind Wertsicherungsklauseln, die von den Parteien gewählte Form der Anpassung der Miethöhe. Dieser Beitrag gibt einen Überblick über zwei Arten von Wertsicherungsklauseln.

Unter Bezugnahme auf den Verbraucherpreisindex (VPI – [www.destatis.de](http://www.destatis.de)) können im Mietvertrag Wertsicherungsklauseln entweder mit oder ohne einen Automatismus zur Anpassung der Miethöhe vereinbart werden.

Die Bezeichnung „Wertsicherungsklausel“ wird üblicherweise als Vereinbarung mit Automatismus verwendet, während eine Klausel ohne automatische Anpassung der Miethöhe in der Regel als „Leistungsvorbehalt- oder Anpassungsklausel“ bezeichnet wird.

Bei *Leistungsvorbehaltsklauseln* handelt es sich um Wertsicherungsklauseln ohne Automatismus, für die das Preisklauselgesetz (PrKG) nicht gilt. Diese Klauseln lassen den Parteien im Hinblick auf die

Mietpreises zwischen den Vertragspartnern neu zu verhandeln ist“.

Mieter und Vermieter knüpfen folglich die Mietänderung an einen Bezugsfaktor, der aber nur Voraussetzung für die Änderung der Miete ist, sodass die Höhe der Mietänderung noch gesondert festgesetzt werden muss.

Die Mieterhöhung erfolgt demnach in zwei Stufen:

1. Bezugsfaktor wird erreicht, sodass eine der Parteien eine Mietänderung verlangen kann.

tragsteil oder die ortsüblichen Vergleichsmiete in Betracht.

Voraussetzung einer zulässigen Leistungsvorbehaltsklausel ist jedoch, dass sich aus dem Vertrag klar ergibt, dass bei den Verhandlungen Spielraum besteht. Die Veränderung muss auch Raum für Billigkeitserwägungen lassen und die Miete darf sich nicht zwangsläufig in Relation zur Veränderung des Indexes ändern. Der Orientierungsmaßstab darf also nicht als zwingende Rechengrundlage vereinbart werden, da dies eine unzulässige (weil versteckte) automatische Erhöhung zur Folge hätte.

Kommt keine Einigung zustande, kann die Miethöhe – bei entsprechender Vereinbarung im Mietvertrag – z. B. durch einen von der IHK öffentlich bestellten Sachverständigen für Mieten als

laufende Mieten oder Pachten durch Vereinbarung von Wertsicherungsklauseln wertbeständig zu halten.

Seit dem 14.09.2007 ist das Preisklauselgesetz (PrKG) in Kraft getreten. Das nach altem Recht vorgeschriebene Genehmigungsverfahren ist abgeschafft und durch ein System von gesetzlich vorgeschriebenen Kriterien („Legalausnahmen“) ersetzt worden, wonach Wertsicherungsklauseln, bei denen nach dem alten Recht ein Rechtsanspruch auf Erteilung einer Genehmigung bestand, nunmehr ohne Genehmigung zulässig sind.

Die Parteien können vereinbaren, dass die Veränderung des Indexes in Punkten oder in Prozenten gemessen werden kann. Die Mieteränderung kann also entweder daran gekoppelt

## VERBRAUCHERPREISINDIZES FÜR DEUTSCHLAND

Monat	aktuelles Basisjahr	Veränderung zum Vorjahr	Monat	aktuelles Basisjahr	Veränderung zum Vorjahr	Monat	aktuelles Basisjahr	Veränderung zum Vorjahr	Monat	aktuelles Basisjahr	Veränderung zum Vorjahr
Juli 2017	109,4	+ 1,7 %	März 2017	109,0	+ 1,6 %	November 2016	108,0	+ 0,8 %	Juli 2016	107,6	+ 0,4 %
Juni 2017	109,0	+ 1,6 %	Februar 2017	108,8	+ 2,2 %	Oktober 2016	107,9	+ 0,8 %	<b>Gesamtindex 2015</b>	<b>106,9</b>	<b>+ 0,3%</b>
Mai 2017	108,8	+ 1,5 %	Januar 2017	108,1	+ 1,9 %	September 2016	107,7	+ 0,7 %	<b>Gesamtindex 2016</b>	<b>107,4</b>	<b>+ 0,5 %</b>
April 2017	109,0	+ 2,0 %	Dezember 2016	108,8	+ 1,7 %	August 2016	107,6	+ 0,4 %			

Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden. Angaben ohne Gewähr. Der Verbraucherpreisindex wird in fünfjährigem Abstand einer turnusmäßigen Überarbeitung unterzogen. Im Januar 2013 erfolgte die Umstellung auf das Basisjahr 2010.

Höhe der Änderung der Miete einen Ermessensspielraum, der es erlaubt, die Höhe der neuen Miete nach Billigkeitsgrundsätzen zu bestimmen.

Bspw. kann vereinbart werden, dass „bei Veränderung der Bezugsgröße (z.B. VPI) um eine bestimmte Prozentzahl nach oben oder unten die Höhe des

2. Die Miete wird angepasst oder neu festgesetzt, wobei im Vertrag ein Orientierungsmaßstab vereinbart werden kann.

Als Wertmesser für die Anpassung oder Neufestsetzung kommen neben der Indexentwicklung bspw. auch die Marktmiete, Sachverständigengutachten, Bestimmung durch einen Ver-

Schiedsgutachter bestimmt werden.

Durch eine *Wertsicherungsklausel (mit automatischer Anpassung)* wird dagegen die Entwicklung der Miete automatisch an die Entwicklung bestimmter Güter oder Leistungen gekoppelt. Verbraucherpreisindizes sind damit ein Hilfsmittel, um

pelt werden, dass ein Mindest-Indexanstieg erfolgt oder aber bei einer bestimmten prozentualen Erhöhung des Indexes.

Beispiel:  
Im Vertrag ist vereinbart, dass eine Anpassung erfolgt, wenn sich der Index um 10% verändert. Steigt dieser nun von 140 auf 152 Punkte, liegt rechnerisch eine

Steigerung von 12 Punkten, aber nur 8,5% vor, sodass keine Erhöhung verlangt werden kann. Wurde aber ein Indexanstieg von 10 Punkten vereinbart, kann bereits die Erhöhung verlangt werden.

Nach dem PrKG muss eine langfristige Bindung des Vermieters vorliegen. Diese kann erreicht werden, indem der Vertrag

- auf Lebenszeit einer der Parteien geschlossen wird
- mindestens zehn Jahre Laufzeit hat (ohne ordentliche Kündigungsmöglichkeit)

- der Vermieter bei Verträgen mit unbestimmter Laufzeit für mindestens zehn Jahre auf sein Recht zur ordentlichen Kündigung verzichtet
- der Mieter einseitig berechtigt ist, die Vertragsdauer auf mindestens zehn Jahre zu verlängern

Diese Voraussetzungen liegen auch bei »5 plus 5-Vereinbarungen« vor, wenn eine feste Laufzeit von fünf Jahren mit der zusätzlichen Option für den Mieter, einseitig um weitere fünf Jahre zu verlängern, vereinbart

wird. Entscheidend ist, dass mindestens zehn Jahre erreicht werden, von denen sich der Vermieter nicht durch ordentliche Kündigung lösen kann.

Außerordentliche Kündigungsrechte des Vermieters sowie Kündigungsrechte für den Mie-

ter stehen der langfristigen Bindung nicht entgegen. Keine Vertragspartei darf unangemessen benachteiligt werden. Die Klausel lässt daher bei einem Preisanstieg eine Mieterhöhung zu, aber im umgekehrten Fall auch eine entsprechende Mietsenkung.

**Zusammenfassend sind Wertsicherungsklauseln ein sinnvolles Instrument für beide Vertragsparteien, um sich vor großen marktbedingten Veränderungen zu schützen.**

CITY JUNG bietet seinen Kunden die Indexüberwachung auf Anfrage an ([ellwangen@cityjung.de](mailto:ellwangen@cityjung.de)).

## Aktuelle Vermittlungen



Hanau, Hammerstraße 11 an Douglas

CITY JUNG



Bruchsal, Kaiserstraße 62 an Hunkemöller



Heilbronn, Sülmerstraße 20 an Schum Euroshop



Konstanz, Kanzleistraße 11 an dm Drogeriemarkt



Lindau, Maximilianstraße 11 an engbers



Schorndorf, Johann-Philipp-Palm-Straße 19 an Parfümerie Akzente



Straubing, Ludwigsplatz 26 an Pandora



Waiblingen, Lange Straße 32 an Witt Weiden



# CITY JUNG

SPEZIALMAKLER FÜR  
CITY- UND EINZELHANDELSIMMOBILIEN



Hanne Hirsch-Müller

Christoph Grohmann

Matthias Uhl

Elke Jaumann

Thekla Lackner

Marina Falkenberg

CITYJUNG verfügt über mehr als 50 Jahre Erfahrung im Verkauf und in der Vermietung von Einzelhandelsimmobilien in 1A-Lagen. Durch unsere deutschlandweite Präsenz kennen wir die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden. Zahlreiche führende Investoren und Einzelhändler vertrauen auf die Fachkenntnisse von CITYJUNG.

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

#### Ellwangen

Bahnhofstraße 7  
73479 Ellwangen  
Telefon 07961 9100-0  
Telefax 07961 9100-30  
ellwangen@cityjung.de

#### München

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

#### Impressum

Redaktion: CITYJUNG Immobilien  
Satz/Layout: grafikID, Ellwangen  
Druck: Wahl-Druck GmbH, Aalen  
Auflage: 6.500 Exemplare