

CITY C TIP P

AKTUELLE KUNDENINFORMATION VON CITYJUNG



KIND

Expansion: KIND Hörgeräte hat sein Angebot um Augenoptik erweitert und ist auf Expansionskurs.



8. bis 10. Oktober 2018 in München

Besuchen Sie uns in Halle A1, Stand 130



Rechtsberatung

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

KIND gehört zu den weltweit erfolgreichsten und am stärksten wachsenden Unternehmen seiner Branche

KIND Hörgeräte GmbH & Co. KG in Großburgwedel

KIND ist das führende Familienunternehmen der Hörgeräteakustik. Mit insgesamt über 700 Fachgeschäften und über 3.000 Mitarbeitern gehört KIND zu den weltweit erfolgreichsten

und am stärksten wachsenden Unternehmen seiner Branche. Seine hohen Qualitätsstandards entwickelt KIND in enger Zusammenarbeit mit erfahrenen Hals-Nasen-Ohren-Ärzten und Krankenkassen kontinuierlich weiter.

Besondere Verantwortung trägt KIND als größter Ausbilder der Hörgeräteakustik. Die Mitarbeiter des Unternehmens gehören zu den qualifiziertesten der Branche.

Ein Unternehmen der KIND Gruppe, audifon, entwickelt und produziert zudem moderne und leistungsstarke Hörgeräte in Köllda/Thüringen. Der weltweite Vertrieb der Produkte erfolgt über eigene Vertriebsgesellschaften sowie Distributionspartner in über 65 Ländern.



Worms, Am Römischen Kaiser 1A

Inhaltsverzeichnis	
Firmenpräsentation: „Kind“	1-2
CITYJUNG auf der EXPO REAL	2
Einzelhandel mit deutlichem Umsatzplus im ersten Halbjahr	3
Passau mit Spitzenplatz beim Umsatz im Einzelhandel	4
Aktuelle Vermittlungen	5
Preisindizes	5
Aktuelle Rechtsprechung	6
Mietpreisspiegel	7
Datenschutzrechtliche Einwilligungserklärung	7

HISTORIE

1952 eröffneten Inge und Werner Kind in Großburgwedel ein Hörgerätefachgeschäft. Der Sohn und heutige Geschäftsführer, Martin Kind, übernahm 1970 das Geschäft und entwickelte es zu einem Filialunternehmen, zu dem nach und nach andere Geschäftsfelder und Firmen hinzukamen. Seit mehr als 10 Jahren ist auch sein Sohn Dr. Alexander Kind in die Geschäftsführung eingezogen.

KIND

2016 hat KIND seine ersten kombinierten Fachgeschäfte mit den Leistungen der Hörakustik und Augenoptik eröffnet. Auch hier setzt KIND auf beste Beratung, hohe Transparenz und faire Preise. Die KIND Brillen-Kollektion umfasst die Eigenmarke KIND ebenso wie Markenbrillen bekannter Labels. Durch den Zusammenschluss 2017 u.a. mit Emberger Optik baut KIND seine Präsenz in der Augenoptik weiter aus. Der

Optik-Spezialist betreibt zwölf Filialen in Oberbayern, davon fünf mit Hörgeräte-Abteilung, und weitere sechs Augenoptik-Filialen in Wien/Österreich.

Die Sortimentserweiterung und den damit verbundenen Flächen- und Präsentationsanspruch macht KIND zu einem attraktiven Mieter. Mit Laden-größen von 120 bis 160 m² (reine Verkaufsfläche) und entsprechender Schaufensterfront



Innenansicht einer KIND-Filiale

präsentiert sich KIND hochwertig und zeitgemäß. Dabei sind nicht nur die Groß- und Mittelstädte Ziel der derzeitigen Expansion, vielmehr werden an bereits bestehenden Standorten Kombiläden geschaffen und auch in kleineren Städten neue Ladenlokale eröffnet. (Worms, Am Römischen Kaiser 1A)

KIND Hörgeräte GmbH & Co. KG bietet ein innovatives Einzelhandelskonzept, gepaart mit Handwerk und Dienstleistung

und ist ein bonitätsstarker, langfristig verlässlicher Partner.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne erhalten Sie über uns nähere Informationen.



Altes Konzept (Hörgeräte) mit ca. 60 m²



Neue KIND-Filiale mit neuem Konzept (Hörgeräte/Optik)

CITYJUNG auf der expo real

21. Internationale Immobilienmesse vom 8. Bis 10. Oktober 2018 in München

CITYJUNG ist auch dieses Jahr wieder als Mitaussteller am Stand des ivd-Verbands auf der EXPO REAL vertreten. In der **Messehalle A1, Stand 130**, stehen wir an allen drei Messtagen als Ansprechpart-

ner für unsere Kunden und Besucher zur Verfügung. Detailliert informieren wir Hauseigentümer, Investoren und Mieter zu Angeboten, Standorten, Lagen und über die aktuelle Marktsituation.



Einzelhandel mit deutlichem Umsatzplus im ersten Halbjahr

Nach einem schwachen Jahresauftakt geht es für die Einzelhändler nach oben. **Besonders der Internethandel hat zugelegt.**

Die deutschen Einzelhändler steuern angesichts der guten Konsumlaune der Verbraucher auf ihr neuntes Wachstumsjahr in Folge zu. Sie zählten im ersten Halbjahr 3,0 Prozent mehr Geld in den Kassen als im Vorjahreszeitraum, wie das Statistische Bundesamt mitteilte. (Quelle: Handelsblatt)

Der Einzelhandel von morgen

In Zeiten, in denen die Recherche vor dem Einkauf bei Amazon beginnt, muss der Einzelhandel seine Konzepte überdenken. Dabei gibt es mehr als nur eine Lösung, beispielsweise die immer größere Spezialisierung auf Nischenprodukte.

Dass der Einzelhandel durch Online-Giganten wie Amazon nach wie vor Umsatzeinbußen verzeichnet, ist nichts Neues. Allein in den USA hat Amazon 2017 über 94,7 Milliarden Online-Verkäufe verzeichnet – das sind laut eMarketer 70 % seines Gesamtumsatzes. Was diese Zahlen für den Einzelhandel bedeuten, hat Chris Anderson

in seinem Buch „The Long Tail“ interpretiert: Der Einzelhandel müsse sich wegbewegen vom klassischen Modell, bei dem nur eine kleine Anzahl nachgefragter Produkte verkauft wird, und hin zu einem System mit Milliarden von Nischenprodukten.

Der Platz im digitalen Verkaufregal ist nahezu unbegrenzt. Bei Amazon stehen über 580 Millionen Produkte im Online-Regal. Nischenprodukte können aber nur ein Teil der Lösung sein. Viel wichtiger ist die Kundenerfahrung im Ladengeschäft, vor allem bei Produkten, die sich online schwer verkaufen. Beispiel Schuhe. Das australische Warenhaus David Jones, welches Produkte der gehobenen Preisklasse führt, hat in seinem neuen Flagship-Store in Sydney einen „Schuh-Himmel“ konzipiert. Weltweit rekrutiertes, spezialisiertes Verkaufspersonal sorgt für erstklassige Beratung und internationales Flair. Wer Energie tanken will, der lässt sich in der Champagner-Bar im Gastronomiebereich nieder. Auf den zwei Herrenmoden-Etagen gibt es auch eine Whiskey-Bar und einen Herrenfriseur.

Wollen sich Einzelhändler lokal behaupten, müssen sie die Kundenerfahrung stärker in den



Der Einzelhandel steht vor großen Herausforderungen. Foto: dpa

Mittelpunkt rücken. Dazu gehört ein Mix aus hochwertigen Produkten, erstklassiger Beratung und Serviceleistungen, die das Angenehme mit dem Nützlichen verbinden. Einkaufen muss wieder persönlich werden, wenn Kunden zu Stammkunden werden sollen (Quelle: SAZSport)

Baden-Württemberg Strategie für den Einzelhandel gesucht

Das Ministerium für Wirtschaft will mit dem Projekt „2030“ den Einzelhandel in den

baden-württembergischen Städten stärken.

Stuttgart – Wirtschaftsministerin Nicole Hoffmeister-Kraut (CDU) hat die Bedeutung des klassischen Einzelhandels für die Kommunen hervorgehoben. Er sei prägend für die Innenstädte und die Ortsmitten, sagte die CDU-Politikerin im Stuttgarter Landtag. Er bestimme die Attraktivität der Städte mit. Der Einzelhandel befinde sich in einem tiefgreifenden Strukturwandel. Deshalb startete das Wirtschaftsministerium das Projekt „Handel 2030“, das Strategien für die künftige Aufstellung der Branche erarbeiten soll. Sie stehe durch den zunehmenden Online-Handel, den Mangel an Fachkräften, teilweise hohen Ladenmieten und Belastung durch die Bürokratie vor besonderen Herausforderungen.

Der Einzelhandel ist den Angaben zufolge mit 44.500 Unternehmen und 576.000 Beschäftigten eine der wichtigsten und vor allem beschäftigungsintensivsten Branchen im Land. Die Grünen-Abgeordnete Andrea Lindlohr sagte, der Einzelhandel bleibe ein wichtiger Vertriebskanal. In der globalisierten Wirtschaft sei „lokal“ eine Marke.



Einkaufsnacht. Passau Ludwigstraße

Passau mit Spitzenplatz beim Umsatz im Einzelhandel

IHK-Handelsatlas belegt Sogwirkung der Einkaufsstadt

Die Niederbayern im IHK-Bezirk können mehr Geld ausgeben als je zuvor: Von 25,1 Milliarden allgemeiner Kaufkraft verbleiben nach regelmäßigen Ausgaben wie Miete, Zinsen, Autorate oder dem „Sparschwein“ noch 7,6 Milliarden im Geldbeutel, die im Einzelhandel ausgegeben

werden. Passau ist dafür als Einkaufsstadt ein lohnendes Ziel. Unter den Städten ab 50.000 Einwohnern belegt Passau im Deutschlandvergleich beim Einzelhandelsumsatz pro Kopf den ersten Platz. Das zeigt der IHK-Handelsatlas, der jetzt online mit neuen Daten gefüttert wurde.



1A Lage in Passau, hier die Ludwigstraße

Stadtportrait „Passau“

An den südlichen Ausläufern des Bayerischen Waldes maleirisch am Zusammenfluss von blauer Donau, grünem Inn und schwarzer Ilz gelegen – das ist Passau, eine der schönsten Städte Deutschlands.

1662 durch einen Brand in Schutt und Asche gelegt, wurde Passau von italienischen Baumeistern wieder aufgebaut und erhielt dadurch sein heutiges südländisch anmutendes baro-

ckes Aussehen. Deshalb wird Passau auch als das Venedig Bayerns bezeichnet. Auf einem kleinen Hügel in der Altstadt steht der Stephansdom. Im größten Barockdom nördlich der Alpen erklingt seit 1928 die größte Domorgel der Welt. Das Altstadtbild Passaus wird dominiert von großen Plätzen, romantischen Promenaden, verwinkelten Gassen und kleinen Kneipen, Cafés und Biergärten, was der Stadt ein südländisches

Flair verleiht. Für ein lebendiges kulturelles Leben sorgen neben zahlreichen Galerien und Kunsthandwerkstätten das Stadttheater Passau im Fürstbischöflichen Opernhaus, die alljährlichen Festspiele „Europäische Wochen“ sowie die Jazz- und Kabarettbühne des berühmten „Scharfrichter-Hauses“. Die Volksfeste Maidunt und Herbstdult im September sowie das Ilzer Haferfest blicken auf eine jahrhundertalte Tradition zurück.



Am Zusammenfluss von Donau, Inn und Ilz erhebt sich die Altstadt Passau

Einzelhandelsrelevante Standortdaten:

- **Einwohner:**
51.074 (Stand 2016)
- **Zentralitätskennziffer:**
229,8
- **Kaufkraftkennziffer:**
100,8
- **Die 1A Lagen:**
Ludwigstraße, Theresienstraße, Bahnhofstraße
Die Spitzenmiete liegt für Ladenlokale bis 120 m² bei ca. 60 Euro/m²

Aktuelle Vermittlungen



Schwäbisch-Gmünd, Marktplatz 31 vermietet an ONLY



Baden-Baden, Lange Straße 17 vermietet an Hallhuber



Speyer, Maximilianstraße 85 - Verkauf



Rastatt, Kaiserstraße 1a vermietet an TAKKO



Fürth, Schwabacher Straße 22 - Verkauf

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 2018	111,6	+ 2,2 %	März 2018	110,7	+ 1,7 %	November 2017	109,9	+ 1,9 %	Juli 2017	109,4	+ 1,8 %
Juni 2018	111,3	+ 2,3 %	Februar 2018	110,3	+ 1,5 %	Oktober 2017	109,6	+ 1,7 %	Gesamtdindex 2016	107,4	+ 0,5 %
Mai 2018	111,2	+ 2,4 %	Januar 2018	109,8	+ 1,7 %	September 2017	109,6	+ 1,9 %	Gesamtdindex 2017	109,3	+ 1,9 %
April 2018	110,7	+ 1,7 %	Dezember 2017	110,6	+ 1,8 %	August 2017	109,5	+ 1,9 %			

Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden. Angaben ohne Gewähr.
Im Januar 2013 erfolgte die Umstellung auf das Basisjahr 2010.

Schriftformerfordernis im Gewerberaummietvertrag

Rechtsanwalt Sebastian Schottmüller



Sebastian Schottmüller, Rechtsanwalt

Gemäß § 550 BGB, der nach der Verweisung in § 578 BGB auf den Gewerberaummietvertrag Anwendung findet, bedarf ein langfristiger Mietvertrag mit einer Laufzeit von über einem Jahr der Schriftform.

Danach müssen alle wesentlichen Inhalte in einer einheitlichen von den Parteien eigenhändig zu unterschreibenden Urkunde enthalten sein.

Hierzu gehört, dass insbesondere die Parteien, der Mietgegenstand, die Laufzeit und die Miete eindeutig geregelt sind.

Unter das Schriftformerfordernis fallen auch wesentliche Änderungen des Mietvertrags, welche dann jeweils einen schriftlichen Nachtrag erfordern, der eindeutig auf den ursprünglichen Mietvertrag verweist und eindeutig regeln muss, welche Punkte geändert werden und welche fortbestehen.

Wird die Schriftform nicht eingehalten, so bleibt der Mietvertrag zwar wirksam, gilt der Vertrag als auf unbestimmte Zeit abgeschlossen. Damit tritt bei langfristigen Gewerberaummietverträgen quasi ein „Entfristung“ ein. Mit der Folge, dass der Mietvertrag jederzeit unter Beachtung der ordentlichen Fristen gekündigt werden kann.

Um dieses Risiko einer vorzeitigen Kündigung zu minimieren, haben die Mietvertragsparteien regelmäßig sog. **Schriftformheilklauseln** vereinbart. Danach verpflichten sich die Parteien, etwaige Schriftformmängel zu beheben und insbesondere, den Vertrag nicht aufgrund eines

Schriftformmangels zu kündigen. Diese Klauseln wurden durch den Bundesgerichtshof (BGH) in seiner Entscheidung vom 27.9.2017 (BGH XII ZR 114/16) generell für unwirksam erklärt. Diese Entscheidung hat sowohl für Vermieter als auch für Mieter weitreichende Folgen.

Im Falle einer unerwarteten vorzeitigen Kündigung können auf Vermieterseite Investitionen oder Zuschüsse zu Ausbaukosten in Gefahr geraten, nachdem diese regelmäßig auf eine bestimmte Laufzeit angelegt sind, um sich zu amortisieren. Auf Mieterseite besteht ein hohes Interesse, Standorte langfristig zu sichern, in die Ladenlokale getätigte Investitionen zu erwirtschaften und insgesamt Planungssicherheit für die eigene Existenz zu erlangen. Auch setzen die regelmäßig vereinbarten Wertsicherungsklauseln Laufzeiten von mindestens zehn Jahren voraus.

Dem BGH waren die weitreichenden Folgen seiner Entscheidung durchaus bewusst, jedoch hat er letztlich den gesetzlich bezweckten Schutz vor allem des Erwerbers einer vermieteten Immobilie vor die Interessen der weiteren Beteiligten gestellt. Ein Erwerber soll die Möglichkeit haben, sich aus einem schriftlichen Mietvertrag über alle wesentlichen Vertragsbedin-

gungen informieren zu können und an etwaige mündliche Vereinbarungen nicht dauerhaft gebunden sein. Daneben bezweckt die Schriftform generell den Schutz der Parteien vor Übereilung.

Die Möglichkeit, langfristige Verträge aufgrund von Schriftformmängeln vorzeitig zu kündigen, hat nun vermehrt dazu geführt, dass einzelne Vertragspartner, die sich aus wirtschaftlichen oder sonstigen Gründen langfristiger Mietverhältnisse entledigen wollen, gezielt nach Schriftformfehlern suchen oder suchen lassen, um eine Kündigungsmöglichkeit zu erlangen.

Beispielsweise können stark veränderte Mieten im Umfeld der Gewerbeimmobilie sowohl auf Vermieter- als auch auf Mieterseite ein Interesse an einer vorzeitigen Beendigung oder zumindest an Neuverhandlung der Konditionen wecken.

Um in solchen Fällen den Parteien einen Schutz vor einer ausufernden Handhabung der Kündigungsmöglichkeit zu gewähren, hat der BGH in seiner Entscheidung im Rahmen einer Billigkeitsabwägung festgestellt, dass trotz eines Schriftformmangels die Kündigung des Vertrages treuwidrig und somit nicht wirksam war.

Konkret führt der BGH in seinem Urteil aus, dass es gegen Treu und Glauben verstößt, wenn eine Mietvertragspartei eine nachträglich getroffene Abrede, die lediglich ihr (der kündigenden Partei) vorteilhaft war, zum Anlass nimmt, sich allein deshalb, weil sie nicht die Schriftform wahrt, von einem ihr inzwischen lästig gewordenen langfristigen Mietvertrag zu lösen.

Trotz dieser Einschränkung der Kündigungsmöglichkeit wird diese Entscheidung in der Praxis weitreichende Konsequenzen haben und dazu führen, dass die Vertragsparteien noch gründlicher als bisher auf die Einhaltung der Schriftform achten müssen. Auch etwaige Investoren oder Erwerber von Gewerbeimmobilien werden die vertraglichen Gegebenheiten noch sorgfältiger zu prüfen haben als bisher.

VORSCHAU

Immobilienverkauf – Betriebsvermögen, Share Deal, Asset Deal, ...

Der Verkauf von Wohn- und Geschäftshäusern boomt, auch wenn unübersehbare Probleme im stationären Einzelhandel durch Frequenz- und Umsatzrückgänge in den Fußgängerzonen herrschen. Der Anlagedruck institutioneller Immobilienunternehmen und die Niedrigzinspolitik halten den Wert der 1A Immobilie stabil. Leerstand- und Mietausfallrisiken zum Trotz werden Höchstpreise bezahlt.

Für viele Immobilienbesitzer wäre jetzt ein guter Zeitpunkt die Bestandsimmobilien abzugeben, wenn nicht die Thematik des Betriebsvermögens und die Thematik der Besteuerung auf der Immobilie lasten würden. Hierzu möchten wir Ihnen in der nächsten City-Tipp-Ausgabe interessante Möglichkeiten aufzeigen. Haben Sie jetzt schon Interesse?

Sprechen Sie mich an.



Christoph Grohmann
Tel. 07961 9100-0
ellwangen@cityjung.de
c.grohmann@cityjung.de

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

Stadt	bis 100 m ² EUR/mtl.	100 bis 300 m ² EUR/mtl.	ab 300 m ² EUR/mtl.	Stadt	bis 100 m ² EUR/mtl.	100-300 m ² EUR/mtl.	300-500 m ² EUR/mtl.
Ansbach	20-25	15-20	10-15	Mainz	85-115	70-85	40-70
Aalen	35-45	25-35	20-30	Mannheim	105-140	80-100	50-80
Augsburg	70-100	45-70	35-45	Memmingen	40-50	30-35	25-30
Bad Kreuznach	40-60	25-40	15-20	München	300-375	250-300	180-250
Bamberg	65-80	45-65	30-45	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	115-155	110-115	80-100
Erlangen	40-60	30-40	25-30	Offenburg	50-60	40-50	30-40
Frankfurt	250-350	200-250	100-200	Ravensburg	60-80	50-60	40-50
Freiburg	130-170	110-130	75-100	Regensburg	55-75	40-55	30-40
Friedrichshafen	35-45	30-35	25-30	Reutlingen	75-90	60-75	40-60
Gießen	70-90	45-70	30-45	Rosenheim	80-100	65-80	40-65
Heidelberg	110-125	80-100	60-80	Speyer	45-65	35-45	25-35
Heidenheim	35-45	25-35	20-25	Straubing	45-60	35-45	25-35
Heilbronn	60-80	40-60	25-40	Stuttgart	195-260	150-195	100-150
Hof	26-40	17-26	15	Trier	75-110	55-75	40-55
Ingolstadt	55-80	35-55	20-35	Ulm	110-130	80-110	60-80
Karlsruhe	80-100	40-80	30-40	VS-Villingen	40-50	30-40	20-30
Kempten	45-70	30-45	20-30	Weiden	30-40	20-30	15-20
Lahr	30-35	25-30	20-25	Wiesbaden	110-150	80-110	60-80
Ludwigsburg	30-40	20-30	15-20	Würzburg	110-140	80-110	60-80

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.

Datenschutzrechtliche Einwilligungserklärung

Als Empfänger unseres CITY-TIPPs bekommen Sie immer die aktuellsten Informationen über Marktperspektiven und die Entwicklung des Immobilienmarkts von City Immobilien in Top Lagen. In diesem Zusammenhang beantwortet unser Team von CITYJUNG SÜD auch gerne Ihre Anfragen telefonisch oder schriftlich. Ihre Adressdaten werden ausschließlich bei CITYJUNG intern für Informationen, die wir an Sie weiterleiten, verwendet.

Sollten Sie **keine** Informationen, wie den CITY-TIPP von CITYJUNG SÜD, mehr wünschen, löschen wir Ihre persönlichen Daten; geben Sie uns kurz Bescheid.

- **telefonisch** Tel. 07961 9100-0
- **per E-Mail** an ellwangen@cityjung.de
- **postalisch** an CITYJUNG SÜD, Bahnhofstraße 7, 73479 Ellwangen

Die Datenschutzerklärung von CITYJUNG SÜD können Sie in Kürze im neuen Internetauftritt einsehen.

Absender: _____

Entgelt
zahlt
Empfänger

CITYJUNG SÜD
Bahnhofstraße 7
73479 Ellwangen

CITY C 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

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

