



# Brancheninfo

Juni 2011

## Einzelhandel in München

|   |    |
|---|----|
| - Einzelhandel in München – Shoppen auf höchstem Niveau                     | 1  |
| - Wirtschaftskraft führt zu Kaufkraft                                       | 2  |
| - Kennziffer des Münchner Einzelhandels                                     | 3  |
| - Einzelhandelsfläche   | 3  |
| - Einzelhandelsumsatz   | 3  |
| - Kaufkraft   | 3  |
| - Kaufkraft- und Umsatzkennziffern im nationalen Vergleich                  | 4  |
| - Fußgängerfrequenz   | 4  |
| - Einzelhandelsmieten   | 4  |
| - Spitzenmieten in Münchner 1a-Lagen, 2010                                  | 5  |
| - Dynamisch fortschreitende Entwicklung                                     | 6  |
| - Große Einzelhandelszentren in der Stadt                                   | 7  |
| - Innenstadt  | 7  |
| - Shopping Center in der Landeshauptstadt München                           | 7  |
| - Steuerungsinstrument der Kommune: das Zentrenkonzept der Landeshauptstadt | 9  |
| - Akteure in der Innenstadt   | 9  |
| - Weitere Informationen   | 10 |

## Einzelhandel in München – Shoppen auf höchstem Niveau

Einkaufen in München heißt vor allem Vielfalt erleben. Der Münchner Einzelhandel ist bekannt für sein attraktives Angebot, das in allen Preisklassen keine Wünsche offen lässt.

Bevorzugen Sie Designermode oder suchen Sie Mode für Individualisten? Möchten Sie durch die Fußgängerzone flanieren oder einen Schaufensterbummel in den Luxusmeilen Maximilian-, Theatiner- oder Brienner Straße genießen? In der historisch gewachsenen Münchner Innenstadt und in den verschiedenen Stadtteilen finden Sie für jeden Geschmack das entsprechende Angebot: Kleine, traditio-



**Juni 2011**

nelle Fachgeschäfte betreiben ihren Handel vis-a-vis zu internationalen Einkaufsketten, spezialisiertes Gewerbe findet sich neben großen Kaufhäusern mit einer umfassenden Angebotspalette. Ausgefallene Designerläden bieten Modelle für Individualisten. Tradition trifft auf Moderne, regionale Konzepte auf internationale Filialisten.

Die Einkaufsstadt München mit den typischen Münchner Passagen und Höfen bietet speziell in der Innenstadt ein unverwechselbares Flair.

## Wirtschaftskraft führt zu Kaufkraft

München gilt als Top-Destination für den Einzelhandel. Als Grund dafür sind die geradezu idealen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu nennen:

- München hält seit Jahren eine Spitzenposition als dynamische deutsche Wirtschaftsregion.
- Die Arbeitslosigkeit in München liegt weit unter dem deutschen Durchschnitt und deutlich unter der bayerischen Arbeitslosenquote.
- In München arbeiten überproportional viele High-Potentials, also Personen mit hoher Qualifikation und entsprechendem Gehaltsniveau.
- In München eilt der Tourismus erneut von Rekord zu Rekord: 2010 kamen insgesamt 105 Millionen Tagesgäste an die Isar, in den Hotels und Pensionen buchten sich etwa 5,6 Millionen Gäste ein, fast 12% mehr als im Vorjahr. Der Tourismus steht in einer engen Wechselbeziehung zum Einzelhandel. Zum einen erhöht das vielfältige Einzelhandelsangebot der Stadt die Attraktivität des Reiseziels München, zum anderen wirkt sich die Nachfrage der Touristen wiederum positiv auf das Einzelhandelsangebot aus. Einkaufen ist Umfragen zufolge die Lieblings-Aktivität von 88% aller Münchner Übernachtungsgäste. Besonders profitiert der Münchner Einzelhandel dabei von der Zunahme der Gästezahlen aus dem Ausland. Der Zuwachs lag hier bei 16%. Der touristisch bedingte Umsatz betrug im Jahr 2010 etwa 6,7 Milliarden Euro. Fast die Hälfte davon fließt in den Einzelhandel.



Juni 2011

## Kennziffer des Münchner Einzelhandels

### **Einzelhandelsfläche**

Insgesamt gibt es 1.54 Millionen Quadratmeter (gemäß Zentrenkonzept) Einzelhandelsfläche in München. Allein das Zentrum verfügt über fast eine halbe Million (derzeit 450.000) Quadratmeter Verkaufsflächen.

### **Einzelhandelsumsatz**

Nimmt man den Umsatz des lokalen Einzelhandels pro Kopf der ansässigen Bevölkerung innerhalb eines Jahres als Indiz für die Bedeutung einer Stadt als Einzelhandelsstandort, so positioniert sich auch hier München an die Spitze der deutschen Großstädte.

Im Jahr 2011 liegt der Einzelhandelsumsatz je Einwohner der Landeshauptstadt um 51,1% über dem bundesweiten Durchschnitt, lediglich Düsseldorf kann ähnlich hohe Umsatzwerte realisieren.

### **Kaufkraft**

Als Kaufkraft bezeichnet man in privaten Haushalten verfügbare Einkommen für Konsumzwecke. Stadt und Landkreis München sowie der Landkreis Starnberg belegen konstant die vorderen Plätze im bundesweiten Vergleich. Die Kaufkraft in der Stadt München liegt bei einer Kennziffer von 136,5 (2011). Damit kann München die Städte wie Frankfurt, Düsseldorf, Köln und Stuttgart deutlich toppen.



Juni 2011

### Kaufkraft- und Umsatzkennziffern im nationalen Vergleich

| Stadt      | Bevölkerung<br>am 01.01.2010 | Kaufkraftkennziffer<br>2011 je Einwohner<br>(BRD = 100) | Umsatzkennziffer<br>2011 je Einwohner<br>(BRD = 100) |
|------------|------------------------------|---|--|
| München    | 1.330.440                    | 136,50  | 151  |
| Düsseldorf | 586.217                      | 120,40  | 145  |
| Stuttgart  | 601.646                      | 112,40  | 138  |
| Köln       | 998.105                      | 110,70  | 136  |
| Hamburg    | 1.774.224                    | 108,30  | 122  |
| Frankfurt  | 671.927                      | 116,50  | 125  |
| Berlin     | 3.442.675                    | 90,50   | 102  |

Quelle: BNPParibas Real Estate GmbH, Retail Market in Germany 2011

### Fußgängerfrequenz

Das München Deutschlands stärkster Einzelhandelsstandort ist, wird auch mit der Anzahl an Hochfrequenzlagen belegt. Keine andere Metropole bietet fünf Einkaufsstraßen in der Innenstadt (Kaufingerstraße, Neuhauser Straße, Weinstraße, Sendlinger Straße und Tal), die in Spitzenzeiten von mehr als 5.000 Passanten pro Stunde aufgesucht werden. Nach einer aktuellen Zählung nehmen die beiden Münchner Einkaufsmeilen Kaufinger Straße und Neuhauser Straße deutschlandweit Platz 1 und 2 von 60 untersuchten Standorten ein. Die Kaufinger Straße weist eine Fußgängerfrequenz von 14.173 Passanten in der Stunde auf.

(Quelle: Engel&Völkers, Pressemitteilung April 2011)

### Einzelhandelsmieten

Gleichzeitig führt München seit Jahren auch das Ranking der Einzelhandels-höchstmieten in Deutschland an. In der Innenstadt rangierten im Jahr 2010 die Spitzenmieten zwischen 120 Euro je m<sup>2</sup> im „Tal“ und 315 Euro je m<sup>2</sup> in der Kaufingerstraße.



Juni 2011

### Spitzenmieten in Münchner 1a-Lagen, 2010

| Straße                      | Spitzenmiete in €/m <sup>2</sup> |
|-----------------------------|----------------------------------|
| Kaufingerstraße/Marienplatz | 315                              |
| Neuhauser Straße            | 310                              |
| Maximilianstraße            | 270                              |
| Weinstraße                  | 230                              |
| Theatinerstraße             | 215                              |
| Residenzstraße              | 170                              |
| Sendlinger Straße           | 170                              |
| Tal                         | 120                              |

Spitzenmiete: €/m<sup>2</sup>/Monat bei Neuvermietung, 100 m<sup>2</sup> ebenerdige Verkaufsfläche, 6 m Front

Quelle:BNPParibas Real Estate GmbH, Retail Market in Germany 2011

Die Münchner Toplagen zählen mit diesen Werten auch international zu den Top 10 Standorten. In Deutschland folgen Frankfurt (270 Euro/m<sup>2</sup>), Köln (260 Euro/m<sup>2</sup>), Berlin (250 Euro/m<sup>2</sup>), Hamburg (245 Euro/m<sup>2</sup>) und Düsseldorf (230 Euro/m<sup>2</sup>).

Außerhalb der 1a-Lagen stellt sich die Mietsituation wie folgt dar:

| Lage  | Durchschnittl. Miete in €/m <sup>2</sup> |
|---|--|
| City 1b (200 m <sup>2</sup> )                     | 100-150                                  |
| City-Rand, Stadtteilzentren (200 m <sup>2</sup> ) | 20-45                                    |
| City-Rand, Fachmarktlagen (200 m <sup>2</sup> )   | 10-20                                    |

Quelle: Immobilienmarktbericht 2011/2012, Colliers International



Juni 2011

## Dynamisch fortschreitende Entwicklung

Aufgrund der beschriebenen positiven wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist München als Standort für den Einzelhandel trotz bundesweiter konjunktureller Schwächen im Einzelhandel sehr gefragt. Eine Vielzahl an Flagshipstores geben ein deutliches Statement für die hohe Attraktivität der Einkaufsstadt München ab und die dynamische Entwicklung kommt auch in einer anhaltenden Bau- und Umbauphase zum Ausdruck.

Um die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes München zu erhalten wurden in den letzten Jahren eine ganze Reihe von Revitalisierungen und Entwicklungen durchgeführt, weitere sind avisiert.

Das Karstadt Haus am Dom wurde im Oktober 2010 abgerissen. An der selben Stelle entsteht bis voraussichtlich Ende 2013 ein fünfgeschossiges Wohn- und Geschäftshaus mit dem Namen Joseph-Pschorr Haus. Im Erdgeschoss, ersten Untergeschoss und in den drei Obergeschossen stehen dann ca. 25.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zur Verfügung. Als erste Mieter stehen Sport-Scheck (10.000 m<sup>2</sup>) und das Modelabel Forever 21 (6.800 m<sup>2</sup>) fest.

In der Innenstadt entstehen auf dem ehemaligen Areal des Süddeutschen Verlages unter dem Namen „Hofstatt“ neben Büro- und Dienstleistungsflächen und hochwertigen Wohnungen insgesamt 14.000 m<sup>2</sup> Handel- und Gastronomieflächen. Die Eröffnung ist für Anfang 2013 geplant. Das Textillabel Abercrombie&Fitch wird im neuen Stadtquartier einen Flagshipstore auf ca. 3.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eröffnen. Neben Hamburg und Düsseldorf wäre München somit das dritte deutsche Geschäft der US-Marke.

Im Münchener Westen entsteht der neue Stadtteil Freiham in dem bis zu 30.000 Menschen leben und bis zu 10.000 arbeiten werde. Bisher haben sich der Heimwerkermarkt Hornbach und der Möbelfachmarkt Höffner als große Anziehungsmagnete etabliert. In der neuen Mitte Freiham konkretisieren sich die Planungen für ein Zentrum, das den Versorgungsschwerpunkt für den neuen Stadtteil bilden soll. Es entstehen hier ca. 15. - 20.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.



**Juni 2011**

Ebenfalls im Münchner Westen wurde im März 2011 am S-Bahnhof Pasing der 1. Bauabschnitt der Pasing-Arcaden mit 17.000 m<sup>2</sup> Verkaufs- und Dienstleistungsfläche eröffnet. Der 2. Bauabschnitt wird voraussichtlich 2013 eröffnet werden. Insgesamt sollen in den Pasing-Arcaden dann ca. 130 Geschäfte mit einer Verkaufsfläche von 23.000 m<sup>2</sup> zur Verfügung stehen.

Am Pasinger Marienplatz entsteht ab 2014 ein Wohn- und Geschäftshaus mit einer Verkaufsfläche von ca. 3.700 m<sup>2</sup>.

Im Münchener Südwesten, am Ratzingerplatz, wird derzeit ein Stadtteilzentrum mit einer Verkaufsfläche von ca. 18.000 m<sup>2</sup> geplant.

## Große Einzelhandelszentren in der Stadt

### **Innenstadt**

Der bekannteste Einkaufsbereich in München ist die Innenstadt mit Ihren beliebten Einkaufsstraßen und Passagen. Sie lässt sich unterteilen in die besonders exklusiven Einkaufsgegenden Weinstraße, Theatinerstraße, Maximilianstraße, Residenzstraße und Briener Straße einerseits und die stark frequentierten Einkaufsmeilen Kaufingerstraße, Neuhauser Straße, Tal und Sendlinger Straße andererseits. Für Gourmets bietet der weltweit bekannte Viktualienmarkt ein vielfältiges Lebensmittelangebot mit einmaligem Flair.

### **Shopping Center in der Landeshauptstadt München**

München bietet neben der Innenstadt derzeit sechs Shopping-Center:

- **Olympia Einkaufszentrum, OEZ**

Das größte Einkaufszentrum Münchens ist das Olympia-Einkaufszentrum (OEZ) im Nordwesten, Stadtteil Moosach. Das OEZ umfasst rund 56.000 m<sup>2</sup> verteilt auf zwei Ebenen. Dort sind ca. 138 Fachgeschäfte, drei Warenhäuser, mehrere große Textilhäuser, Lebensmittelanbieter, Dienstleistungsbetriebe, sowie gemütliche Restaurants und Cafés beherbergt. Der Betreiber ist die ECE Projektmanagement GmbH&Co. KG. Kontakt: [info@olympia-einkaufszentrum.de](mailto:info@olympia-einkaufszentrum.de)



Juni 2011

- **Einkaufszentrum München Neuperlach, PEP**

Das Einkaufszentrum München-Neuperlach (PEP) ist das größte Einkaufszentrum im Münchner Osten. 120 Fachgeschäfte, Dienstleistungsbetriebe, Cafés und Restaurants bieten ein interessantes Angebot auf rund 50.000 m<sup>2</sup>, die sich auf drei Ebenen verteilen. Der Betreiber ist die ECE Projektmanagement GmbH&Co. KG. Kontakt: [info@einkaufscenter-neuperlach.de](mailto:info@einkaufscenter-neuperlach.de)

- **Riem-Arcaden**

Mit den Riem-Arcaden entstand im März 2004 gegenüber der Neuen Messe München das drittgrößte Shopping-Center in der Landeshauptstadt. Die Einkaufsarkaden sind seither das Herz des Stadtteils Messestadt Riem: 120 Geschäfte, Cafés, Restaurants stehen auf circa 48.600 m<sup>2</sup> im Einkaufszentrum zur Verfügung. Das dreigeschossige Einkaufszentrum wird von der mfi Management für Immobilien AG betrieben. Kontakt: [mfi.essen@mfi.eu](mailto:mfi.essen@mfi.eu)

- **Stachus Passagen**

Mit dem weitgehend abgeschlossenen Umbau im Juni 2011 präsentieren sich die Stachus Passagen als modernes, helles Einkaufszentrum mit viel Charakter – und als architektonisches Highlight im Zentrum Münchens. Die Passagen umfassen derzeit ca. 50 Geschäfte und Gastronomiebetriebe auf einer Gesamtfläche von ca. 18.000 m<sup>2</sup>. Die LBBW Immobilien GmbH ist Betreiberin der Stachus Passagen. Kontakt: [elke.maennl@lbbw-im.de](mailto:elke.maennl@lbbw-im.de)

- **Pasing-Arcaden**

Am 15. März 2011 wurde der erste Abschnitt der Pasing-Arcaden im Münchner Westen eröffnet. Auf einer Verkaufs- und Dienstleistungsfläche von circa 17.000 m<sup>2</sup> bieten die Arcaden eine dreigeschossige und attraktive Shoppingwelt mit derzeit knapp 100 Geschäften. Das moderne Einkaufszentrum wird von der mfi Management für Immobilien AG betrieben. Kontakt: [mfi.essen@mfi.eu](mailto:mfi.essen@mfi.eu)



Juni 2011

- **MIRA Münchner Nordheide**

Das Einkaufszentrum MIRA wurde im März 2008 neu eröffnet. 70 Geschäfte bieten hier auf 16.000 m<sup>2</sup> Fläche ihre Waren und Dienstleistungen an. Das moderne Ensemble wurde verstärkt mit Naturmaterialien bebaut.

Kontakt: [info@sec-munich.de](mailto:info@sec-munich.de)

## Steuerungsinstrument der Kommune: das Zentrenkonzept der Landeshauptstadt

Um die dynamische Einzelhandelsentwicklung in vertraglichen Bahnen lenken zu können, hat der Stadtrat bereits in den 70er Jahren das sogenannte Zentrenkonzept beschlossen, das 1999 fortgeschrieben wurde und 2009 erneut aktualisiert und um ein Nahversorgungskonzept ergänzt wurde. Wichtige Eckpunkte bilden das hierarchisch abgestufte Konzept von Stadtteil-Quartiers- und Nahversorgungszentren, in denen zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden soll. Fachmarktstandorte ergänzen das Angebot für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel. Standortberatungen von Investoren werden auf Basis dieses Konzeptes geführt.

Das Zentrenkonzept hilft Fehlentwicklungen von Einzelhandelsansiedlungen auf der „Grünen Wiese“ zu vermeiden und kann so die Attraktivität der Einkaufsstadt München und die Versorgung der Münchnerinnen und Münchner sichern. Ausführliche Informationen zum Zentrenkonzept befinden sich im Internet unter:  
<http://www.muenchen.de> Suche: Zentrenkonzept.

## Akteure in der Innenstadt

CityPartner München e.V. (CPM)  
Weinstr. 1  
80331 München  
Wolfgang Fischer  
Tel.: (089) 1222 807 70  
Fax: (089) 1222 807 99  
<mailto:fischer@cp-muenchen.de>  
<http://www.cp-muenchen.de>



Juni 2011

Der Verein CityPartner München wurde im Jahr 2004 gegründet. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Attraktivität der Münchner Innenstadt zu erhalten und zu stärken. Die Potenziale der Innenstadt sollen klar und positiv herausgestellt und vermarktet werden. CPM organisiert und entwickelt Kommunikationskampagnen und bündelt bestehende Aktivitäten und Initiativen.

Der CPM hat sich zum Ziel gesetzt:

- die Münchner Innenstadt als einen Standort mit hoher Aufenthalts- und Erlebnisqualität, attraktiven und international bedeutsamen Kunst- und Kultureinrichtungen und einer einzigartigen Vielfalt an Hotels, Restaurants, Geschäften und Dienstleistern weiterzuentwickeln
- Image und Identität der City zu profilieren und das „Schaufenster“ der Landeshauptstadt als Marke zu positionieren
- die Zufriedenheit von Kunden und Besuchern zu steigern
- die Zukunft der Innenstadt mitzugestalten, Politik und Verwaltung kompetent und zielorientiert zu beraten und Integrationsstelle für Innenstadtakteure zu sein

## Weitere Informationen

### **Handwerkskammer für München und Oberbayern**

Max-Joseph-Str. 4  
80333 München  
Stefan Burger  
Tel.: (089) 5119-0  
Fax: (089) 5119-295  
<mailto:stefan.burger@hwk-muenchen.de>  
<http://www.hwk-muenchen.de>

Die Handwerkskammer sorgt für eine gemeinsame und solidarische Vertretung der Anliegen aller Handwerker in Politik und Öffentlichkeit. Praxisnah und fachkundig bietet die Handwerkskammer maßgeschneiderte Beratung für ihre Mitglieder. Das Leistungsspektrum umfasst alle Bereiche des betrieblichen Alltags.



Juni 2011

**Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern**

Start- und Unternehmensförderung, Handel, Tourismus

Max-Joseph-Str. 2

80333 München

Georg Osterhammer

Tel.: (089) 5116-466

Fax: (089) 5116-8341

<mailto:osterhammer@muenchen.ihk.de>

<http://www.muenchen.ihk.de>

Die IHK arbeitet als Interessenvertretung für Unternehmen aus Industrie, Handel und Dienstleistungen mit dem Ziel, bessere Rahmenbedingungen für die Wirtschaft zu schaffen. Die drei Hauptaufgaben sind: wirksame Interessenvertretung, zeitgemäße Dienstleistungen und effektive, wirtschaftsnahe Unterstützung für den Staat.

**Landeshauptstadt München**

**Referat für Arbeit und Wirtschaft**

Herzog-Wilhelm-Str. 15

80331 München

Ursula Grunert

Tel.: (089) 233-22522

Fax: (089) 233-27966

<mailto:ursula.grunert@muenchen.de>

<http://www.wirtschaft.muenchen.de/>

Die Wirtschaftsförderung bietet kompetente Serviceleistungen für ansässige und am Standort München interessierte Unternehmen des Einzelhandels. Dazu zählen Standort- und Ansiedlungsberatung, Unterstützung bei Existenzgründung, Informationen zu Flächenangeboten sowie Vermittlung von Kontakten zu Fachbehörden, Wirtschaftskammern und -verbänden sowie Netzwerken. Darüber hinaus bietet die Wirtschaftsförderung Informationen zum Wirtschaftsstandort München in seinen vielfältigen Ausprägungen.



Juni 2011

**Landeshauptstadt München  
Referat für Stadtplanung und Bauordnung  
Stadtentwicklungsplanung**

Blumenstraße 28 b  
80331 München  
Holger Urban  
Tel.: (089) 233-22789  
Fax: (089) 233-26410  
mailto:holger.urban@muenchen.de  
<http://www.muenchen.de/Rathaus/plan/stadtentwicklung/37889/index.html>

Das Referat für Stadtplanung und Bauordnung erarbeitet die Stadtentwicklungskonzeption PERSPEKTIVE MÜNCHEN, stellt im öffentlichen Dialog die Ziele der Stadtentwicklung auf und legt sie dem Stadtrat zur Entscheidung vor. Das Zentrenkonzept der Landeshauptstadt München ist Teil dieser gesamtstädtischen Konzeption. Das Referat stellt im öffentlichen Dialog die Ziele der Stadtentwicklung auf und legt sie dem Stadtrat zur Entscheidung vor.

**Landesverband des Bayerischen Einzelhandels e.V. (LBE)**

Brienner Straße 45  
80333 München  
Simone Streller  
Tel.: (089) 5 5118-112  
Fax: (089) 5 5118-114  
mailto:streller@lbe.de  
<http://www.lbe.de>

Der bayerische Einzelhandelsverband ist mit 20.000 Betrieben aus allen Branchen und allen Betriebsformen der größte Handelsverband in Bayern. Als Arbeitgeberverband vertritt der LBE die Interessen des bayerischen Einzelhandels gegenüber der Politik, gegenüber anderen Wirtschaftsbereichen, den Medien und der Öffentlichkeit. Zu den Kernkompetenzen des LBE zählen die allgemeine Interessenvertretung, die Tarifpolitik, die arbeitsrechtliche Beratung und Prozessvertretung sowie Standortpolitik.



Juni 2011

### **„Aktive Stadt und Ortsteilzentren“**

Unter dem Titel „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ wurde Anfang 2008 eine neue Gemeinschaftsinitiative von Bund und Ländern gestartet. Das Ziel des Programms ist der Erhalt und die Weiterentwicklung von Innenstädten und Stadtteilzentren als Standorte für Wirtschaft, Kultur, Wohnen, Arbeiten und Leben. Die Landeshauptstadt München beteiligt sich seit 2009 am Programm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“. Im Quartierszentrum Pasing und im Stadtteilzentrum Trudering werden derzeit vorbereitende Untersuchungen durchgeführt. Parallel dazu sind in beiden Vierteln ein Stadtteilmanagement und ein Stadtteilladen eingerichtet worden sowie erste Maßnahmen durchgeführt.

#### **Stadtteilmanagement Pasing**

Spiegelstr. 9  
81214 München  
Christian Bitter  
Tel.: (089) 550671-33  
mailto:bitter@isr-forschung.de  
www.aktive-zentren-pasing.de

Im Stadtteilladen Pasing, in der Spiegelstr. 9, kann man sich insbesondere über die Entwicklung im Rahmen des Programms „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ informieren.

#### **Stadtteilmanagement Trudering**

Truderinger Str. 302  
81825 München  
Selma Last  
Tel.: (089) 452407-46  
mailto:info@aktive-zentren-trudering.de  
www.aktive-zentren-trudering.de

Im Stadtteilladen Trudering, in der Truderinger Str. 302, kann man sich insbesondere über die Entwicklung des Programms „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ informieren.



**Juni 2011**

Weitere interessante Informationen zum Einkaufserlebnis München finden Sie auf der Webpage der Stadt München: Shoppingguide München  
<http://www.muenchen.de/verticals/ShoppingGuide/118022/index.html>

Hier erfahren Sie mehr über die Shopping Highlights in München und Sie können gezielt nach Geschäften suchen. Insbesondere finden Sie Informationen zur Modestadt München und zu spezifischen Geschäften wie etwa ehemalige Hoflieferanten.

Dieser Infobrief wurde mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt.  
Die Landeshauptstadt München übernimmt jedoch keine Haftung für falsche oder unvollständige Angaben. Fragen und Anregungen richten Sie bitte an:  
Ursula Grunert: <mailto:ursula.grunert@muenchen.de>, +49 (0)89 233-22522