

Zukunft der (Stadt-)Zentren ohne Handel?

Neue Impulse und Nutzungen für Zentren mit Zukunft

- Szenarien für neue Nutzungen, öffentliche Räume + Zielgruppen
- Relevante Akteure für die Umsetzung
- Immobilienwirtschaftliche Aspekte
- Instrumente für die Transformation

Ergebnisse der Ad-hoc-Arbeitsgruppe
der LAG Nordwest der ARL

Regionalkonferenz Metropolregion Nordwest
„24/7 – Lebendige Zentren mit Zukunft“
am 5. Februar 2020 in Delmenhorst

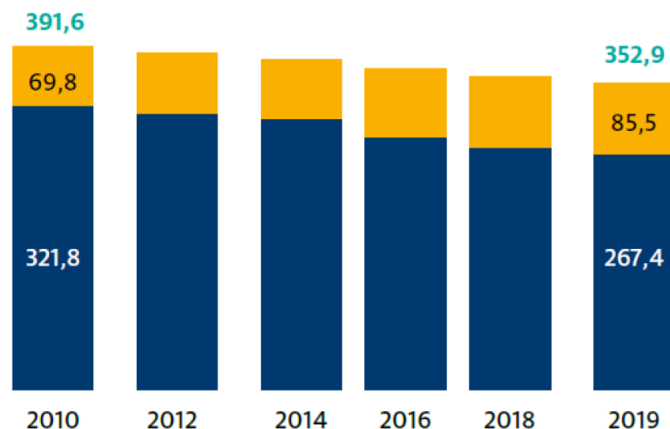


Einzelhandel verliert 39.000 Geschäfte 2019 zu 2010

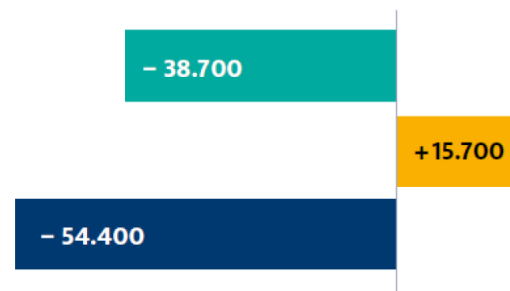


Anzahl Geschäfte/Filialen*

in Tausend



Veränderung 2019 gegenüber 2010
Anzahl



■ Geschäfte/Filialen gesamt ■ Filialen der Fachmärkte/Filialisten** ■ Geschäfte des kleinbetrieblichen Fachhandels*

* > 50 Tsd. Euro Umsatz/Jahr; ** > 10 Mio. Euro Umsatz/Jahr; 2019: Hochrechnung

Basis: Anzahl der Einzelhandelsunternehmen nach Umsatzsteuerstatistik
ohne Apotheken und Internet- und Versandhandel

Quelle: IfH Köln

Quelle: HDE-Pressekonferenz 31.1.2020, IfH Köln



16 Jahre lang wurde hier Mode der Marke Diesel verkauft. Jetzt steht der Laden an der beliebten Poststraße leer – nur ein Beispiel von vielen in der City.

FOTO: ROLAND MAGU

Krise im Einzelhandel erreicht Innenstadt

Flächen stehen lange leer. Grüne wollen „faire Mieten“. Citymanagerin fordert bessere „Baustellenkoordination“

Quelle: Hamburger Abendblatt, 5./6. Januar 2019

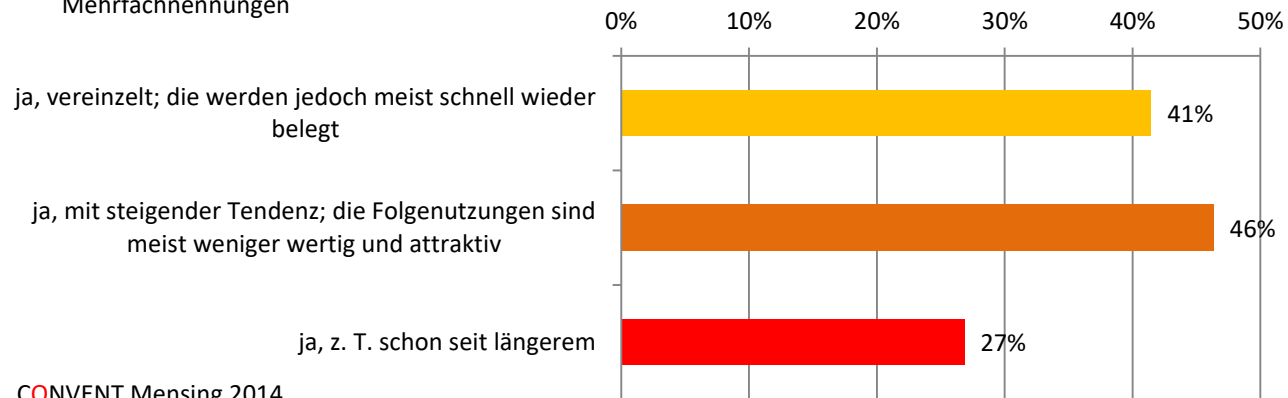
Gibt es im unmittelbaren Ortskern Leerstände?
(Fallregionen Dithmarschen und LK Osnabrück)

n = 41

Antwortvorgaben

Mehrfachnennungen

Häufigkeit der Nennungen

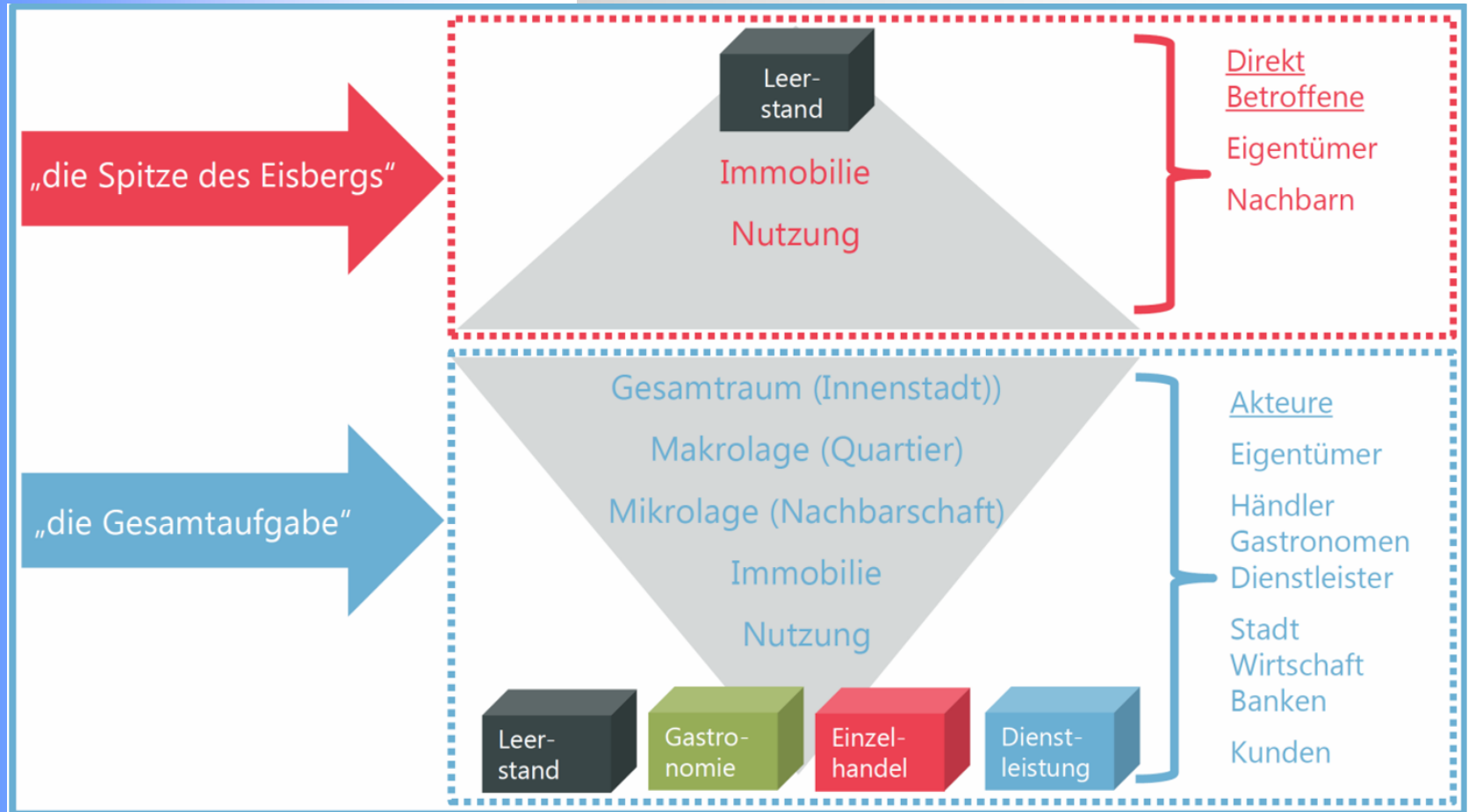


CONVENT Mensing 2014

- Insbesondere in vielen **Klein- und Mittelstädten**, aber auch in **Stadtteilzentren** größerer Städte werden die Chancen geringer, neue klassische Einzelhandelsgeschäfte (als Folgenutzungen) in den Zentren anzusiedeln.
- Statt weiter ausschließlich auf den Einzelhandel zu setzen, sind gezielt **neue frequenzbringende Nutzungen** zu etablieren – auch in Kombination mit Handelsnutzungen.

Quelle: AG „Funktion der Ortskerne für die Stabilisierung Zentraler Orte“ der LAG Nordwest der Akademie für Raumforschung und Landesplanung (ARL) 2014 / 2015; Leitung: Klaus Mensing

Flächenmanagement 2.0 als Gemeinschaftsaufgabe



Quelle: Bocholt: Konzept Flächenmanagement 2.0 für die Bocholter Innenstadt (Standortentwicklung Neufeld, Stadt + Handel), 2018



IHK
Niedersächsischer Industrie-
und Handelskammertag

BulwienGesa AG
research • analyse • consulting

Innenstädte noch Standort für den Handel?



Anforderungen von Handel und Immobilienwirtschaft

Eine Gemeinschaftsveranstaltung
der Federführung Handel und Dienstleistungen
(IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum)
und der Federführung Raumordnung
(IHK Osnabrück-Emsland)

in Kooperation mit der
BulwienGesa AG

10. November 2005

in Hannover
Radisson SAS Hotel
Expo Plaza 5, 30539 Hannover



Deutsche Stadtmarketingbörse 2017
15. - 17. Oktober in Siegen

CITY FOR SALE

Die Zukunft von Innenstadt
und Handel

bcsd

Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.



IHK Niedersachsen

Landesarbeitsgemeinschaft

Schirmherrin

25. IHK-Forum Stadtmarketing



12. September 2019
von 10:00 bis 17:00 Uhr
im Sheraton Hannover Pelikan Hotel

Welche Bedürfnisse muss die Innenstadt in Zukunft befriedigen?



Kein Laden – kein WC: Ironischer Aushang in einer Filiale der insolventen US-Buchkette Borders (2011)

Quelle: Wolfgang Christ: Markt und Mitte: Über die Zukunft der Stadtzentren, Buchreport 30.8.2018

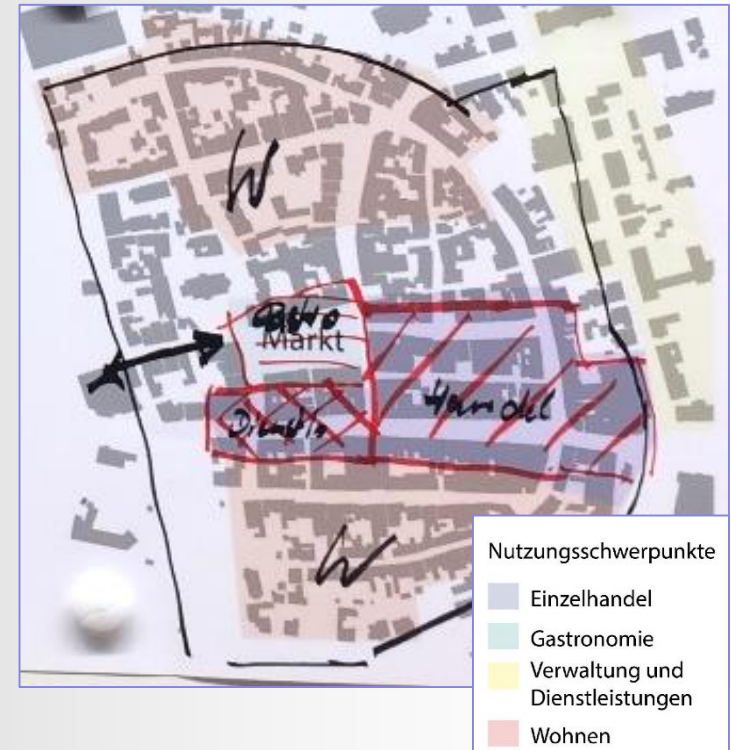
Die Ad-hoc-AG der ARL

- Die Ad-hoc-Arbeitsgruppe „**Zukunft der (Stadt-)Zentren ohne Handel? Neue Impulse und Nutzungen für Zentren mit Zukunft**“ der LAG Nordwest der ARL hat diese Entwicklungen diskutiert.
- Sie hat **Empfehlungen** erarbeitet für die planerische (Weiter-)Entwicklung sowie baulich-räumliche Transformation, Profilierung und (Neu-)Positionierung der Zentren.
- Ergebnis ist ein **Positionspapier**, das im Frühjahr 2020 erscheint.
- Die **zentralen Empfehlungen** stelle ich Ihnen vor – mit Beispielen.



Die Zentren neu denken – Szenarien für neue Nutzungen oder: Ein Plan B für die A-Lage

- Innenstädte und Stadtteilzentren benötigen angesichts einer Abnahme der Leitfunktion des Handels mit rückläufigen Verkaufsflächen eine **Transformationsstrategie**.
- Ziel ist die **Konzentration auf einen funktionierenden urbanen Kern** mit einer lebendigen Nutzungsmischung, Frequenz und einer hohen Aufenthaltsqualität.



Quellen: Zukunftswerkstatt Innenstadt Holzminden 2022,
Projekt TansZ, CONVENT Mensing

Regionalkonferenz Metropolregion Nordwest am 5.2.2020

Was kommt, wenn der Handel geht?

- Für die Transformation dieser Zentren in neue „urbane Marktplätze“ mit mehr Frequenz sind **neue Nutzungen neben dem Handel** notwendig:
- Öffentliche Einrichtungen wie Kitas, Gastronomie und Freizeit, Gesundheit, Coworking-Spaces, Handwerk und urbanes Kleingewerbe. Auch Wohnen in zentralen Lagen erhält wieder deutlich mehr Gewicht.

Quellen: Montessori-Kita Sterndli, Osnabrück-Marketing und
Tourismus GmbH: Heimat-Pop-up „Zwischenzeit“, Coworking: Fotolia / W&V



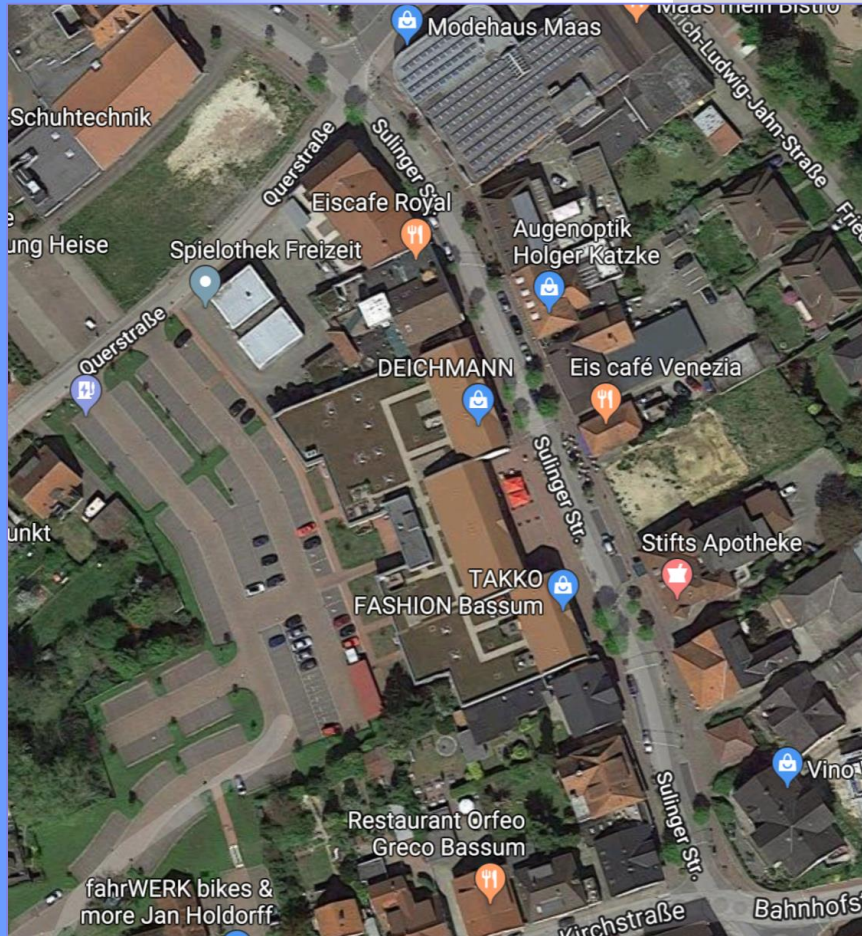
Beispiel Pop up HUUS Elmshorn

- Laden auf Zeit für **Start-Ups und Kreative** in ehemaligem Blumengeschäft (90 qm) in der Elmshorner City (FGZ) ab September 2019.
- Organisiert und finanziert durch das **Stadtmarketing gemeinsam mit Stadt, VB Immobilien und Haus & Grund** (je 125 €).
- **Miete:** 250 € zzgl. 180 € NK / Monat (vorher 1.000 €; Eigentümer hat 500 € nachgelassen + 2 mal 125 € Zuschuss)
- **Mietdauer:** 4 Wochen + Öffnung an 3 Tagen pro Woche (Mi-Sa) für mind. 5 Stunden, darunter am Samstag.
- **Erstnutzer:** Fashion Label „Prettysucks“, Kunsthandwerker „Allerlei aus Holz“ sowie Gründer von „Elbschluck“.
- Am 3.11.19 hat das 2. Pop up HUUS eröffnet.



Quelle: Stadtmarketing Elmshorn

Beispiel: Belebung Innenstadt Bassum durch neue Nutzungen



Quelle: CONVENT Mensing – Stadtentwicklungsprozess Bassum 2017, Google maps

Anforderungen an die öffentlichen Räume

- Der öffentliche Raum in den Zentren gewinnt an Bedeutung und muss **als „gute Stube“ Mehrwerte generieren**, indem qualitätsvolle und auch konsumunabhängige Angebote für seine „Gäste“ zur Verfügung gestellt werden.
- Im Zusammenspiel mit neuen Nutzungen können so neue **Stadräume mit attraktiven Aufenthalts-, Kommunikations- und Erlebniswelten** entstehen.
- Hier haben die Kommunen die größten **Gestaltungsmöglichkeiten**.

Quellen: CONVENT Mensing (Marktplatz Holzminden),
Stadtmarketing Bramsche GmbH (Sandkasten Münsterplatz)



Bedürfnisse der Zielgruppen entscheidend

- Die Transformation der Zentren muss sich – für Nutzungen und öffentlichen Raum – an den **Bedürfnissen zukünftig relevanter Zielgruppen** orientieren, um die Identifikation mit „ihrem“ Zentrum zu erhöhen und Frequenz und Kaufkraft in die zentralen Bereiche zurück zu holen.
- Deren (unterschiedliches) online-affines Nutzerverhalten sowie gesellschaftliche Trends führen zu **neuen und vielfältigeren (z. T. hybriden) Ansprüchen an den Stadtraum.**

Quelle: Wirtschaftsförderungs- und
Stadtmarketing- Gesellschaft Bocholt.
Fotos: CONVENT Mensing

Suchen Sie **das**
mal im Internet



Sehen, fühlen & erleben
Bocholt. Mitten im Leben.



Relevante Akteure für die Umsetzung

- Die Gestaltung der Transformation braucht eine aktive Stadtgesellschaft – **Menschen, die etwas wagen und bewegen wollen.**
- **Der Impuls muss aus dem Rathaus kommen** und private Akteure mitnehmen.
- Wichtig sind **kreative „Stadtmacher“**, die über Altbekanntes hinaus denken und „visionär“ anmutende Ideen in umsetzbare Einzelprojekte zerlegen und so **sichtbare Erfolge** erzielen.
- Erfolgreiche Ideen erfordern dabei zunehmend **Aushandlungsprozesse** zwischen Renditeerfordernissen und einer gemeinwohlorientierten Zentren-revitalisierung.

Fotos: CONVENT Mensing



Immobilienwirtschaftliche Aspekte

- Eine neue Multifunktionalität bzgl. Nutzungen und Zielgruppen erfordert **neue Geschäftsmodelle**, die neben der Wirtschaftlichkeit stärker auch das Gemeinwohl bei Mieten und Renditen beachten.
- Entscheidend sind **Instrumente**,
 - die Eigentümer zur **Anpassung ihrer Geschäftsflächen** „bewegen“ (von Gesprächen bis zu finanziellen Anreizen)
 - und die **Miet- / Renditedifferenzen zwischen Handels- und neuer Nutzung** überwinden (z.B. durch Förderung oder Anmietung Stadt).

Foto: CONVENT Mensing



Fokus Immobilie: zukünftige Geschossnutzungen



OG:
eher
klassisch,
rel. stabil

Wohnen,
Dienstleistung,
Praxis, ...

Haus- / Grund-
eigentümer

EG:
eher neu,
flexibel,
temporär

Handel, Gastro,
Kultur, Kita,
Coworking,
Pop up, ...

Kommune:
öff. Raum,
Verkehr,
Events, ...

Foto, Idee + Bearbeitung: CONVENT Mensing

Instrumente für die Transformation der (Stadt-)Zentren

- Es braucht verstärkt **informelle, flexible und schnell umsetzbare Instrumente**, mit denen tragfähige Zukunftsbilder für die Zentren in neuen Nutzerallianzen umgesetzt werden können.
- Die öffentlichen und privaten Akteure haben eine gemeinsame Verantwortung für vitale Zentren – für Nutzungsmix, Stadtbild und öffentlichen Raum. **Es müssen daher durch die öffentliche Hand finanzielle Anreize geschaffen werden, um privates Kapital zu mobilisieren:** sowohl investive Mittel für bauliche Anpassungsmaßnahmen als auch Mittel zum Vorantreiben erfolgreicher Transformationsprozesse.



Quelle: IHK Lüneburg-Wolfsburg

Beispiel Gründerwettbewerb START STADTHAGEN

- Ziel: Folgenutzung für Leerstände in der historischen Altstadt (Markt / FGZ).
- **Preise / Vorteile:** Startfinanzierung (4.000 €), Hilfe bei Finanzierung + Marketing.
- **Kosten Stadt: 2.000 €**
(Rest Landkreis, Sparkasse, Volksbank)
- Beratungsleistungen umsonst durch Stadtwerke, Zeitungen, Agenturen.
- **Erste Auflage: 2018 / 19:**
14 Bewerber / 3 Gewinner:
 - Café einer pensionierten Lehrerin
 - Design-Möbel-Manufaktur
 - KindertagespflegeSonderpreis: Pop up „Heimatwohnen“

2. Platz unter 43 beim Award
„Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort“
des NdS. Wirtschaftsministeriums





Zukunftsfonds Ortskernentwicklung Landkreis Osnabrück

→ Finanzielle Anreize für die Transformation

- Finanzielle Anreize für investive Maßnahmen („Hardware“) und „Center-Management“ („Software“)
- 40% Förderung Landkreis + 30% Private + 30% Kommune
- Budget: 80.000 € → Investitionsvolumen über 200.000 €!
- Wettbewerb mit Jury: Bewerbung der Städte / Gemeinden in Kooperation mit Werbegemeinschaft
- Begleitung + Erfahrungsaustausch (Werkstätten) durch Landkreis Osnabrück und CONVENT Mensing



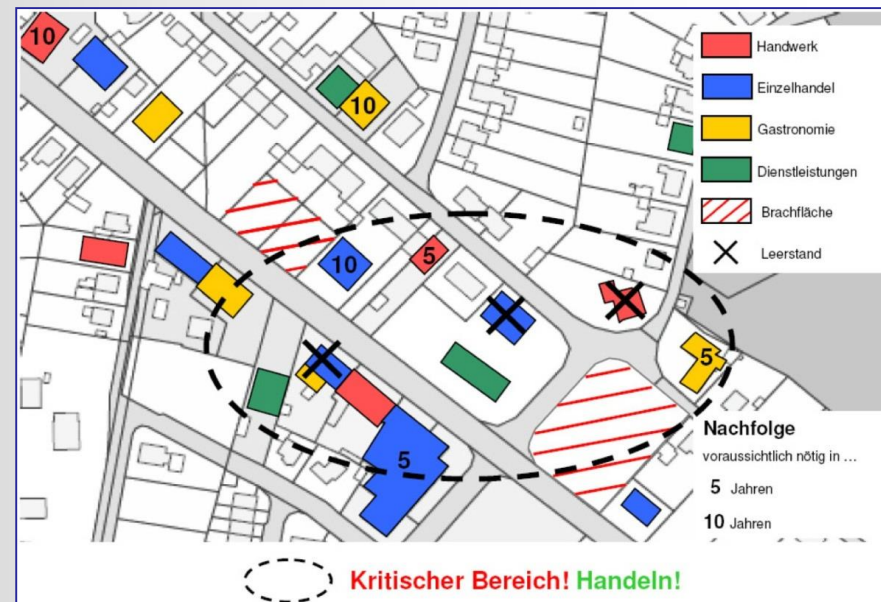
Was können Sie vor Ort tun?

→ Strategische Leitfragen, Handlungsoptionen + Instrumente

- Welche **Geschäfte** sind 2025 (noch) vorhanden?
- Welche **Zielgruppen** fragen dann welche Nutzungen im Zentrum nach?
- Welche **neuen Nutzungen** könnten **zusätzliche Frequenz erzeugen** – an welchen Standorten / in welchen Immobilien?

- Gespräche mit **Eigentümern**
 - Bereitschaft für Umbau, Mietreduzierung, Verkauf etc.?
- **Handlungsoptionen Kommune frühzeitig politisch beschließen**
 - Erlass Vorkaufsrechtssatzung
 - Erwerb Schlüsselimmobilien, um Besitz + Mieten zu steuern („Kaufen Sie Ihr Zentrum!“)
 - Verlagerung öffentl. Nutzungen
 - Kompaktere Innenstadt

Alters-Leerstands-Karte



Was kann die Metropolregion Nordwest tun?

→ Projektidee: „Perlen im Nordwesten“

- **Wettbewerb guter Beispiele zukunftsfähiger Zentren als Beitrag zur Profilierung der Metropolregion**
- Wettbewerb mit Jury: Bewerbung der Städte / Gemeinden in Kooperation mit ihrer Werbegemeinschaft
- Preise: Finanzielle Anreize für investive Maßnahmen („Hardware“) und „Center-Management“ („Software“)



Wie steuern und gestalten wir die Zukunft der (Stadt-)Zentren?

Ich bin gespannt auf die Diskussion.

Vielen Dank!



Einige rechtliche Hinweise

Wir haben Ihren Wünschen gemäß eine interessante Präsentation mit zahlreichen Beispielen erstellt, die zudem durch verschiedene Fotos, Abbildungen oder Grafiken illustriert wurde. Wir weisen darauf hin, dass diese Präsentation urheberrechtlich geschützt ist. Sie ist zudem Bestandteil eines mündlichen Vortrags mit ergänzenden Erläuterungen zu einzelnen Charts.

Bitte haben Sie Verständnis, dass Sie als Veranstalter trotz einer möglichen Honorar-Zahlung gegenüber CONVENT Mensing nicht die Rechte an den Charts erwerben – etwa für Publikationen oder Ihre weitere Arbeit vor Ort. Auf Anfrage stellen wir Ihnen hierfür ausgewählte Unterlagen zur Verfügung.

Sie können die Vortrags-Charts gerne als Download auf Ihrer Homepage oder als Anlage zum Protokoll verwenden.

Falls Sie einzelne Charts oder die darin enthaltenen Beispiele für Ihre Arbeit verwenden möchten, sprechen Sie uns bitte an.

Vielen Dank für Ihr Verständnis.

CONVENT Mensing