

Leerstandsmanagement - Chancen für die Zukunft



Fachbereich
Wirtschaftsförderung und
Stadtmarketing

Leerstandsmanagement

Gliederung:

- Ausgangssituation - Ergebnisse und Empfehlungen des Einzelhandelsgutachtens incl. Entwicklung neuer Standorte
- Leerstandsmanagement bei Einzelhandelsimmobilien – Handlungsansätze und Chancen
- Flankierende Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsstandortes Remscheid



Ausgangssituation

Die Situation in allen Stadtteilen Remscheids ist – wie derzeit auch in anderen Städten aller Größenordnungen in Deutschland – gekennzeichnet durch diverse Leerstände von Ladenlokalen.

Die Stadt Remscheid hat zur Gesamtproblematik „Einzelhandel“ von der CIMA ein Gutachten erstellen lassen.

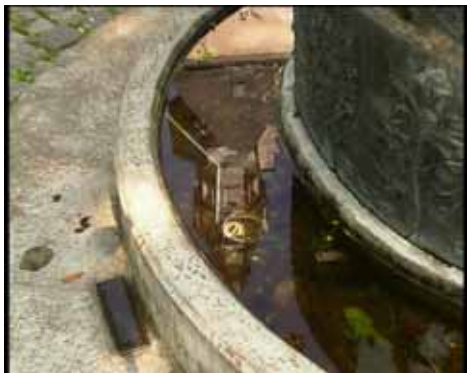
Damit liegen aktuelle, qualifizierte Analysen vor.

Ergebnisse und Empfehlungen des Einzelhandelsgutachtens der CIMA - Stand: September 2003 -

Einzelhandelsgutachten

Leistungsdaten des Einzelhandels in Lüttringhausen

- Bestandserhebung: 64 Einzelhandelsbetriebe
- Verkaufsfläche: 6.105 qm
- Umsatzvolumen: 36,1 Mio. €
- Dominanz kleinbetrieblicher Strukturen
- Sortimente: Lebensmittel, Reformwaren, Gesundheits- und Körperpflege mit insgesamt 80 % des Umsatzvolumens



Einzelhandelsgutachten

Handelszentralitäten in Lüttringhausen



- Einzelhandelsumsatz: 36,1 Mio. €
- Nachfragevolumen: 99,8 Mio. €
- **Handelszentralität insgesamt = 36**
- Handelszentralität für die Sortimente täglicher Bedarfsdeckung = 60
- Handelszentralität der Sortimente Spiel, Sport, Hobby = 35
- Handelszentralität der Sortimente Geschenke, Glas, Porzellan, Einrichtungsbedarf = 35

Einzelhandelsgutachten

Analyse des Gutachters zu Lüttringhausen

Der Einzelhandel hat in Lüttringhausen in den letzten Jahren erheblich an Bedeutung verloren.

Ursachen für Betriebsaufgaben und Ladenleerstände:

- Dominanz von kleinbetrieblichen Handelsstrukturen
- Regionaler Wettbewerb
- Zunehmend ungünstigere Rahmenbedingungen für Investitionen im Einzelhandel
- Probleme bei der Übergabe von Unternehmen in die nächste Generation

Einzelhandelsgutachten

Empfehlungen des Gutachters zu Lüttringhausen

- Etablierung eines Einzelhandelsmagneten in der Ortsmitte von Lüttringhausen durch Ansiedlung leistungsfähiger Nahversorgungsangebote – hier sieht der Gutachter akuten Handlungsbedarf
- Kommt es nicht zu einer deutlichen Verbesserung der Einzelhandelsstrukturen in Lüttringhausen, werden die hohen Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtbezirk noch weiter zunehmen.
- Ergo: Das bestehende Angebotsdefizit durch strukturelle Probleme muss behoben werden.

Entwicklung neuer Standorte

Umsetzung der Empfehlungen des Gutachters für Lüttringhausen

- Der Empfehlung des Gutachters zur Ansiedlung eines Frischemarktes und eines Discounters mit zusammen rund 2.500 qm Verkaufsfläche im Gebiet zwischen den Straßen Am Schützenplatz, Richard-Koenigs-Straße und Schulstraße wurde seitens der Stadtentwicklung gefolgt.
- Realisierung: Ansiedlung eines Lidl-Marktes (ca. 700 qm) und eines Kaufparks (ca. 1.800 qm) Ende 2004
- Damit Behebung des strukturellen Angebotsdefizits und Förderung der Kaufkraftbindung.

Einzelhandelsgutachten

Leistungsdaten des Einzelhandels in Lennep

- Bestandserhebung: 154 Einzelhandelsbetriebe
- Verkaufsfläche: 35.850 qm
- Umsatzvolumen: 118,3 Mio. €
- Mittelzentrale Versorgungsfunktion
- Sortimente: Lebensmittel, Reformwaren, Gesundheits- und Körperpflege mit insgesamt 48 % des Umsatzvolumens



Einzelhandelsgutachten

Handelszentralitäten in Lennep



- Einzelhandelsumsatz: 118,3 Mio. €
- Nachfragevolumen: 148,6 Mio. €
- **Handelszentralität insgesamt = 80**
- Handelszentralität für die Sortimente täglicher Bedarfsdeckung = 80
- Handelszentralität im Sortiment Lebensmittel = 75
- Handelszentralität des Sortimentes Einrichtungsbedarf = 101
- Handelszentralität im Bereich Spiel, Sport, Hobby = 49

Einzelhandelsgutachten

Analyse des Gutachters zu Lennep

- Auf Grund der überörtlichen Versorgungsfunktion der Lenneper Innenstadt beachtliche Handelszentralitäten bei den innerstädtischen Kernsortimenten Bekleidung/Wäsche/Heimtextilien (86) und Schuhe/Uhren/Lederwaren/Schmuck/Optik (83)
- Handelszentralität im Haupteinkaufsbereich von Lennep wird überwiegend durch den Einzelhandelsbesatz entlang der Kölner Straße realisiert
- Altstadt könnte ihre „touristische Nischenfunktion“ mit spezialisiertem Facheinzelhandel besser nutzen

Einzelhandelsgutachten

Empfehlungen des Gutachters zu Lennep

- Handlungsbedarf zur nachhaltigen Sicherung des Versorgungsniveaus ist auf Grund des Kaufkraftabflusses ebenfalls im Sortiment Lebensmittel gegeben (Handelszentralität = 75)
- Entwicklung des Jahnplatzes mit Realisierung von Erweiterungsmöglichkeiten für die Standortagglomeration Kaufpark/OBI. Die Verkaufsflächenerweiterung kann bei ca. 3.000 m² liegen. Hiervon entfallen rd. 2.000 m² auf den OBI-Baumarkt und rd. 1.000 m² auf den Ausbau des Verbrauchermarktes.

Entwicklung neuer Standorte

Umsetzung der Empfehlungen des Gutachters für Lennep

- Überlegungen für ein städtebauliches und nutzungsmäßiges Konzept unter Einbeziehung des Jahnplatzes
- Erste Gespräche mit Betreibern (OBI, Kaufpark) rund um den Jahnplatz
- Erste Gespräche mit potentiellen Investoren
- Evtl. Einbeziehung eines Feuerwehr-Museums als touristische Attraktion (Finanzierungsmodell)
- Aufwertung der Kölner Straße als Boulevard

Einzelhandelsgutachten

Leistungsdaten des Einzelhandels in RS-Süd

- Bestandserhebung: 101 Einzelhandelsbetriebe
- Verkaufsfläche: 44.780 qm
- Umsatzvolumen: 122,8 Mio. €
- Agglomeration großflächiger Einzelhandelsbetriebe entlang der Neuenkamper Straße
- Sortimente: Periodischer Bedarf mit 40 %, Einrichtungsbedarf mit 31 % des Umsatzvolumens



Einzelhandelsgutachten

Handelszentralitäten in RS-Süd



- Einzelhandelsumsatz: 122,8 Mio. €
- Nachfragevolumen: 136,1 Mio. €
- **Handelszentralität insgesamt = 90**
- Handelszentralität für die Sortimente täglicher Bedarfsdeckung = 74
- Handelszentralität bei Einrichtungsbedarf = 453
- Handelszentralität der baumarktspezifischen Sortimente = 158
- Handelszentralität bei Spiel, Sport, Hobby = 10

Einzelhandelsgutachten

Analyse des Gutachters zu Remscheid-Süd

- Die innerstädtischen Kernsortimente spielen im Südbezirk hinsichtlich der Versorgungsfunktion eine untergeordnete Rolle.
- Es bestehen substantielle Kaufkraftabflüsse insbesondere in Richtung des Stadtbezirkes Alt-Remscheid.
- Die vergleichsweise niedrige Handelszentralität spiegelt vor allem den Rückzug von Nahversorgungsangeboten zwischen Hauptbahnhof und Zentralpunkt/Handweiser wider.

Einzelhandelsgutachten

Empfehlungen des Gutachters zu Remscheid-Süd

- Neben Ergänzungsbedarf liegt im Südbezirk auch Umstrukturierungspotential vor. Sowohl der ALDI im Zentrum Rosenhügel als auch der Kaufpark an der Bismarckstraße verfügen über eher suboptimale Standortbedingungen.
- Daher: Neuansiedlung des Lebensmitteldiscounters ALDI im Südbezirk an der Burger Straße
- Realisierung eines Nahversorgungsschwerpunktes im Bereich der Projektentwicklung Hauptbahnhof mit einer Verkaufsfläche im Segment Lebensmittel von 2.700 m².

Entwicklung neuer Standorte

Umsetzung der Empfehlungen des Gutachters für Remscheid-Süd

- Schaffung von Baurecht für den neuen Standort des ALDI-Marktes an der Burger Straße
- Planung eines Frischemarktes im Rahmen der Neugestaltung des Hauptbahnhofes im südlichen Teil – unter Berücksichtigung der Verträglichkeit mit anderen Standorten bei der Dimensionierung
- Idee der Verwaltung für ein BID – Business Improvement District – im Südbezirk

Einzelhandelsgutachten

Leistungsdaten des Einzelhandels in Alt-Remscheid

- Bestandserhebung: 403 Einzelhandelsbetriebe
- Verkaufsfläche: 76.850 qm
- Umsatzvolumen: 326,4 Mio. €
- Remscheider City prägt wesentlich die Einzelhandelsstrukturen
- Sortimente: Periodischer Bedarf mit insgesamt 44 % und Technik/Medien mit 15 % des Umsatzvolumens



Einzelhandelsgutachten

Handelszentralitäten in Alt-Remscheid



- Einzelhandelsumsatz: 326,4 Mio. €
- Nachfragevolumen: 287,9 Mio. €
- **Handelszentralität insgesamt = 113**
- Handelszentralität für die Sortimente täglicher Bedarfsdeckung = 104
- Handelszentralität der Sortimente Bekleidung/Wäsche/Heimtextilien, Schuhe, Uhren/Schmuck/Lederwaren/Optik = 199
- Handelszentralität Spiel, Sport, Hobby = 73

Einzelhandelsgutachten

Analyse des Gutachters zu Alt-Remscheid

- Im Bezirk Alt-Remscheid ist die Angebotskonzentration in der Innenstadt prägnant. Dementsprechend erzielen fast alle innerstädtischen Warensortimente überdurchschnittliche Handelszentralitäten.
- Die Versorgungsfunktion wird im Wesentlichen durch das REAL-SB-Warenhaus, Kaufpark-Märkte (z. B. Elberfelder Straße, Vieringhausen) und Discounter (z. B. ALDI in Hasten und Güldenwerth) sichergestellt.
- Handlungsbedarf in Hasten, wo ein größerflächiges Nahversorgungsangebot grundsätzlich fehlt.

Einzelhandelsgutachten

Empfehlungen des Gutachters zu Alt-Remscheid

- Ergänzung und Modernisierung vorhandener Angebote sind erforderlich – bei neuen Nahversorgungsangeboten ist der Wettbewerbsdruck auf den Bestand abzuwägen
- Verlagerung des Lebensmitteldiscounters ALDI im Stadtteil Hasten von der Hastener Straße zur Hammesberger Straße
- Realisierung eines Nahversorgungsschwerpunktes im Bereich des ehemaligen Hastener Bahnhofs mit Frischemarkt und Discounter mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.500 m²

Entwicklung neuer Standorte

Umsetzung der Empfehlungen des Gutachters für Alt-Remscheid

- Baurecht für die Ansiedlung des ALDI-Marktes an der Hammesberger Straße wurde geschaffen. Die Ansiedlung wurde mittlerweile realisiert.
- Seitens der Stadtentwicklung im Baudezernat und der Wirtschaftsförderung wurden Gespräche mit potentiellen Investoren zur Realisierung des vom Gutachter empfohlenen Nahversorgungsschwerpunktes im Bereich des ehemaligen Bahnhofes Hasten geführt.
- Projekte: Hauptbahnhof, Friedrich-Ebert-Platz

Einzelhandelsgutachten

Handelszentralitäten insgesamt

Stadtbezirke Stadt Remscheid	Umsatz in Mio. €	Nachfragevol. in Mio. €	Handelszentralität	Saldo in Mio. €
Alt-Remscheid	326,4	287,9	113	38,5
Süd	122,8	136,1	90	-13,3
Lennep	118,3	148,6	80	-30,3
Lüttringhausen	36,1	99,8	36	-63,7
GESAMT	603,6	672,4	90	-68,8

Leerstandsmanagement bei Einzelhandelsimmobilien – Handlungsansätze und Chancen

Leerstandsmanagement

Leerstandsdefinition

- Nicht jeder Leerstand ist problematisch - zu einem Problem werden leerstehende Ladenlokale, wenn diese über einen längeren Zeitraum nicht vermietet werden können bzw. sich an einem oder mehreren Standorten häufen.
- Auch vermietete Läden, deren Nutzung nicht nachhaltig tragfähig ist, sind problematisch – potentielle Leerstände
- Ein gewisses Maß an Leerständen ist sinnvoll, da dieses Mietpreissteigerungen entgegenwirken kann und leere Flächen neue Angebote ermöglichen.

Leerstandsmanagement

Ursachen für Leerstände

- Nicht marktgerechte Flächengrößen – insbesondere in kleinflächig strukturierten Städten oder Stadtteilen, Notwendigkeit der Vergrößerung der Verkaufsflächen aus Betreibersicht
- Mietpreise/Eigentümer: Mietpreisvorstellungen von Eigentümern können ebenso die Ursache für Leerstände sein
- Die Ursachen für zunehmende Leerstände sind vielfältig, nicht alle können auf lokaler Ebene mit einem Leerstands- oder Ladenflächenmanagement behoben werden!

Leerstandsmanagement

Etablierte Lösungsansätze allgemein

- Angebots- und Potenzialanalyse als Voraussetzung liegt mit dem Gutachten der CIMA vor
- Zielorientierte Leitbilddiskussion ist erforderlich
- Auf Grund der strukturellen Probleme darf die Auseinandersetzung mit bedarfsorientierten Umnutzungsnotwendigkeiten nicht gescheut werden (Suche nach geeigneten Folgenutzungen in anderen Nutzungsfeldern, z. B. im Dienstleistungs-, Kultur- und Freizeitbereich)
- Suche nach Interimsnutzungen

Leerstandsmanagement

Etablierte Lösungsansätze konkret

- Recherchearbeit: Größe und Preise der leeren und frei werdenden Ladenlokale, Eigentümer, Marktkonformität der Preisvorstellungen
- Aufbau eines Instrumentariums für ein Leerstandsmanagement: Datenbank mit genauer Beschreibung der Immobilien (Objektdaten und Pläne)
- Hinterlegung der Angebote auf einer Internet-Plattform (z. B. Immobilienscout24.de)
- Aufbau eines Netzwerkes mit regionalen und überregionalen Partnern

Leerstandsmanagement

Beispiele für Lösungsansätze I

Einzelhandels-Informationssystem (EIS) als Plattform für das Leerstandsmanagement in Aachen

- Interaktives, graphisches System, welches dem Nutzer im Internet ausführliche Informationen zum innerstädtischen Einzelhandelsangebot nach Branchen und Sortimentsgruppen gibt
- Darstellung leerstehender Ladenlokale mit Objektinformationen
- Ziel: Abrufmöglichkeit von zahlreichen Informationen zu leerstehenden Ladenlokalen für Investoren und Ansiedlungsinteressenten

Leerstandsmanagement

Beispiele für Lösungsansätze II

Flächenmanagement Bielefeld

- Zielorientiertes und standortspezifisches Flächenmanagement mit Analyse des Ist-Zustandes, Fortschreibung und Aktualisierung der Daten, Aufbau und Management eines Netzwerkes
- Zielgruppe: Einzelhändler, Existenzgründer, potentielle Mieter und Käufer von Immobilien zur gewerblichen Nutzung
- Projektpartner: Einzelhandelsverband, WEGE, Baudezernat Stadt Bielefeld, Haus & Grund etc.

Leerstandsmanagement

Beispiele für Lösungsansätze III

Leerstandsmanagement Minden

- Gründung einer Arbeitsgemeinschaft unter der Federführung des Fachbereiches Bauen, Wohnen, Verkehr, Mitglieder: Einzelhandelsverband, IHK, Minden Marketing GmbH etc.
- Ziel: Zusammenbringen von Interessenten für Geschäftseröffnungen mit den Hauseigentümern und ihren Immobilien
- Ausdrücklich keine Maklerfunktion, aber Einschaltung von bundesweit agierenden Maklern und Investoren

Leerstandsmanagement

Beispiele für Lösungsansätze IV

Leerstandsmanagement Mülheim an der Ruhr

- Ziel: schnelle, qualitätsbewusste und standortverträgliche Wiedernutzung leerstehender Flächen, auch vorübergehende Belegung der Ladenlokale und Geschäftsräume
- Maßnahmen: MST als zentrale Anlaufstelle für Investoren, Existenzgründer, Makler, Vermieter und Eigentümer; Aufbau eines Leerstandskatasters; Einsatz eines Arbeitskreises
- Partner: MST GmbH, Mülheim & Business GmbH, Baudezernat

Flankierende Maßnahmen

Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingansätze

- Maßnahmen zur Verhinderung einer negativen Einwohnerentwicklung – Vermeidung von Stadtflucht
- Standortsicherung durch Aktivitäten der Wirtschaftsförderung – Erhalt von Arbeitsplätzen und somit Kaufkraft am Standort
- Standortentwicklung



Flankierende Maßnahmen

Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingansätze

- Stadtplanung und Stadtentwicklung mit neuen Konzepten (z. B. Neugestaltung Hauptbahnhof mit Schaufenster der Wirtschaft)
- Stadtkultur und Marketing: Attraktivierung der Stadtteile durch städtebauliche und gestalterische Qualität (Gestaltungssatzung) sowie durch Veranstaltungen



Flankierende Maßnahmen

Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingansätze

Förderrichtlinien Stadterneuerung des MSWKS

- Fördergegenstände: Leerstandsmanagement (nicht gefördert werden Mieten, Werbung und Maklertätigkeiten), Bildung von Immobilien- und Standortgemeinschaften, Stadtkultur und Marketing, Regionale Marketingkonzepte, Touristisch bezogenes Stadtmarketing
- Fördervoraussetzungen: Hohes inhaltliches und konzeptionelles Niveau der Projekte, Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern, Beteiligung der lokalen Wirtschaft – auch finanziell, Eigenanteil der Kommune