

Stadtmarketing Gettorf Eigentümergebarung



08. Juni 2016

Lisa Scheer
Katja Panic

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

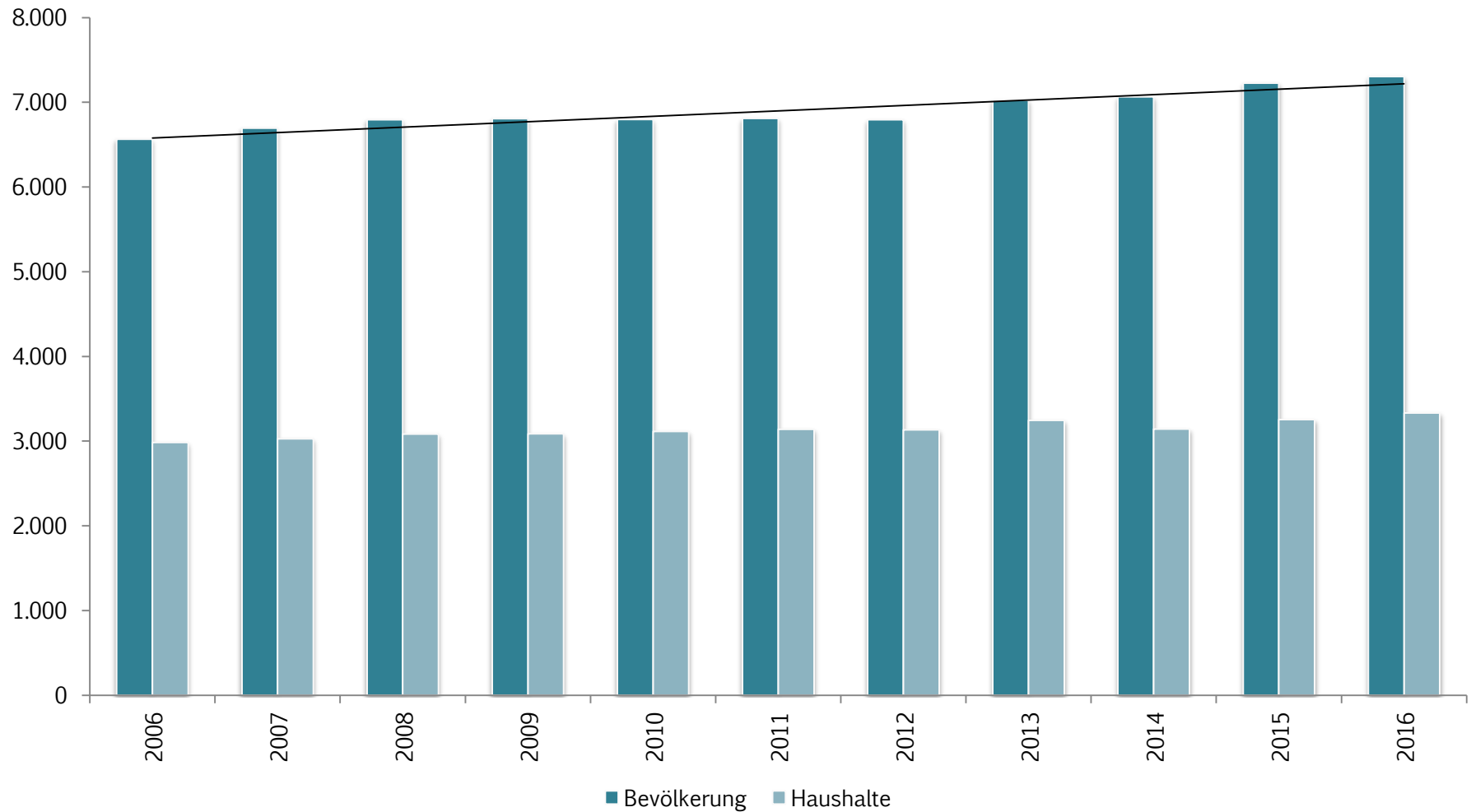
Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

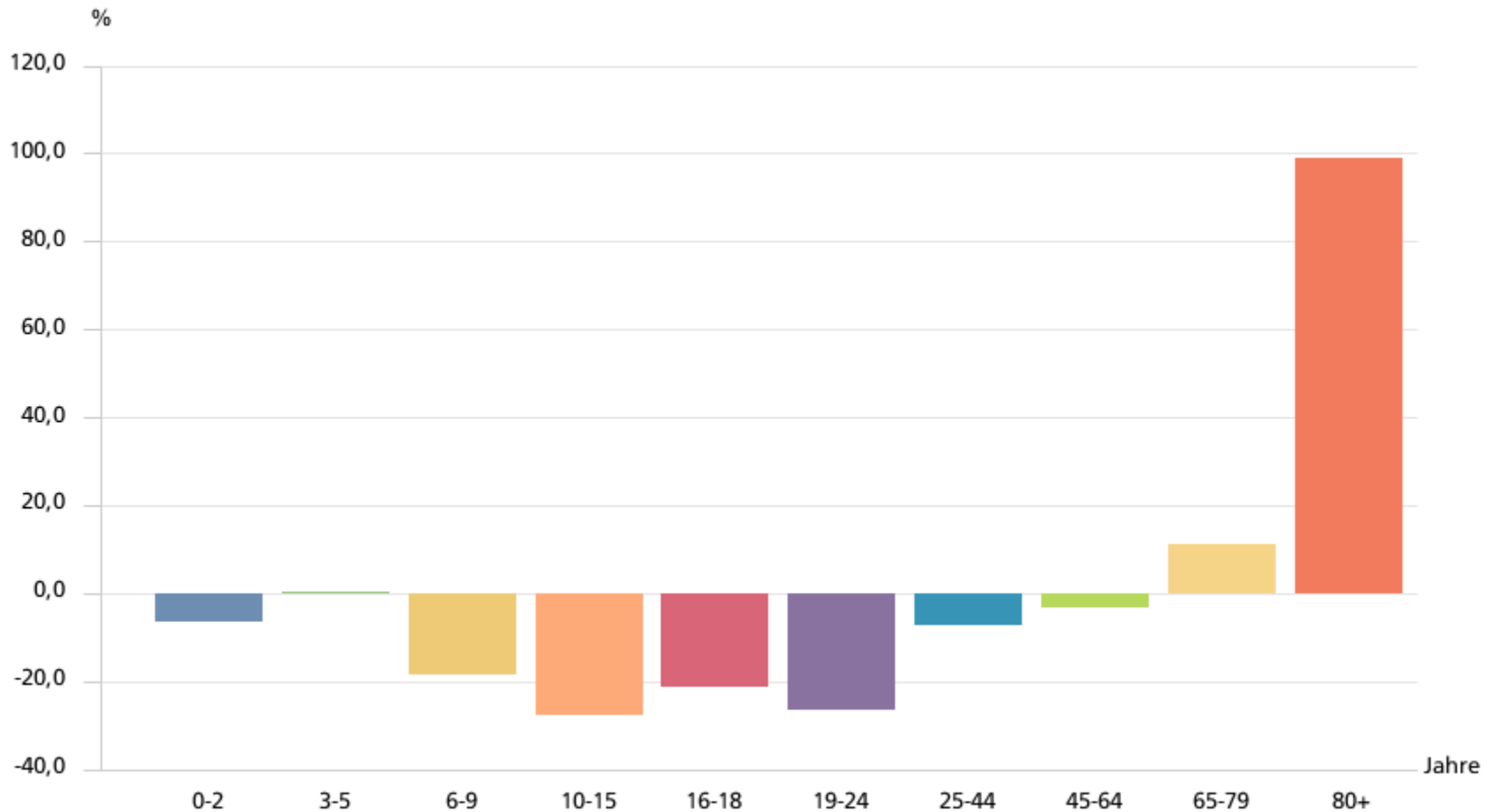
Kaufkraft und Nachfragestruktur

Bevölkerungsentwicklung 2006 -2016



Kaufkraft und Nachfragestruktur

Altersstruktur 2012-2030



Kaufkraft und Nachfragestruktur

Stabile Mittelstadt

Schwerpunkt bei Mittelstädten

Wirtschaftszentren und Wohngemeinden

Bevölkerungswachstum durch hohe Wanderungsgewinne

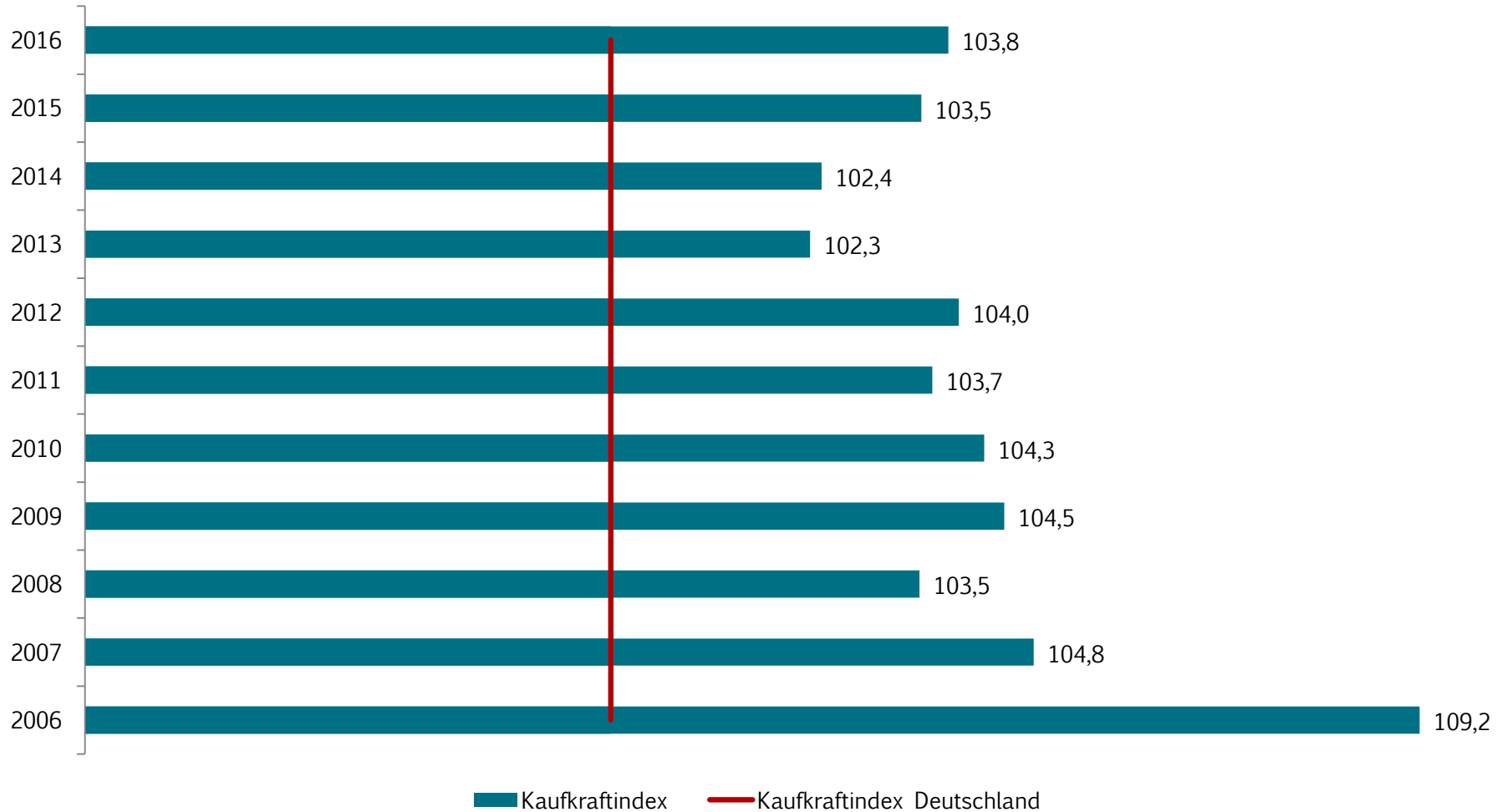
Solide Einkommenssituation der Bewohner

Solide finanzielle Ausstattung der Kommunen



Kaufkraft und Nachfragestruktur

Kaufkraftindex 2006 -2016



Kaufkraft und Nachfragestruktur

Wahl des Verkehrsmittels

Weg < 500m



25%



65%

Ort < 50.000 EW



75%



16%

Weg 500m-2km



62%



20%

Ort > 200.000 EW



35%



50%

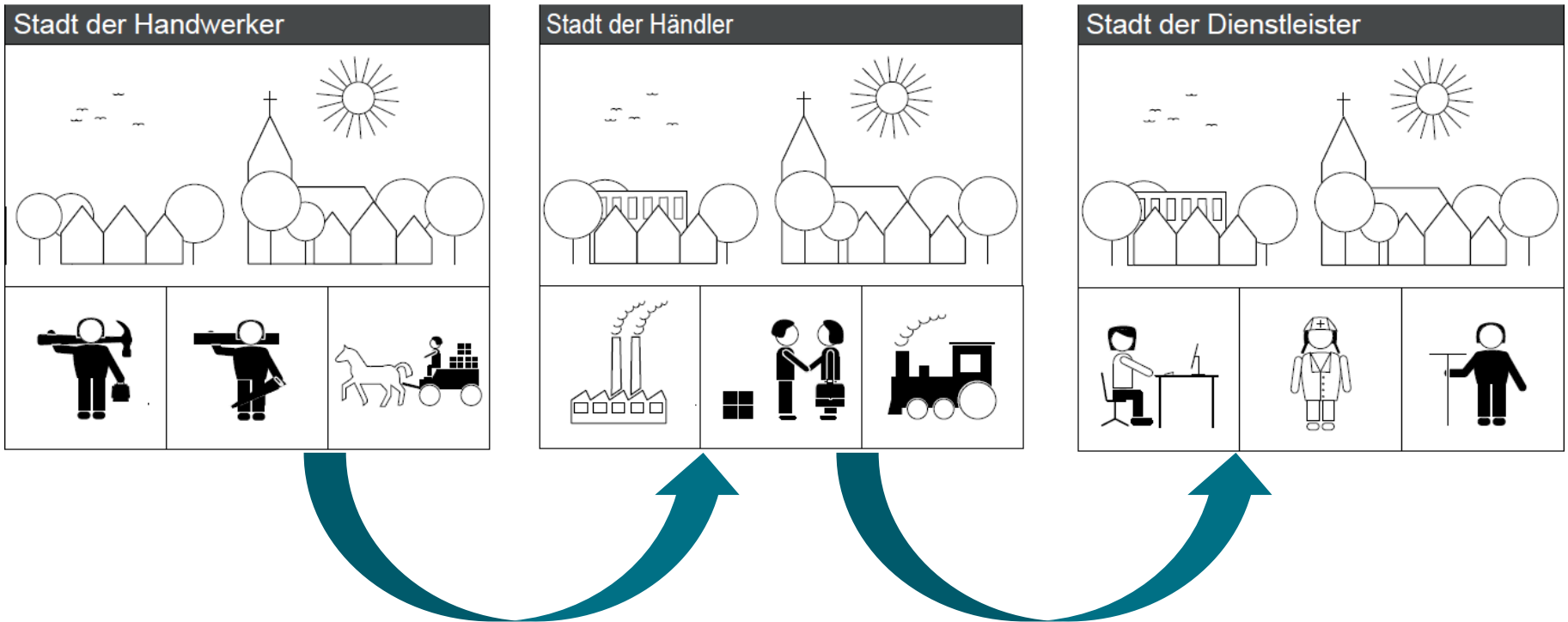
cima.

Wahl des **VERKEHRSMITTELS**, mit dem die Befragten i.d.R. Güter des täglichen Bedarfs einkaufen - nach Entfernung des Einkaufsortes; N=1.605; nicht dargestellt: Fahrrad, ÖPNV und Sonstige

Wahl des **VERKEHRSMITTELS**, mit dem die Befragten i.d.R. Güter des täglichen Bedarfs einkaufen - nach Stadtgröße; N=1.605; nicht dargestellt: Fahrrad, ÖPNV und Sonstige

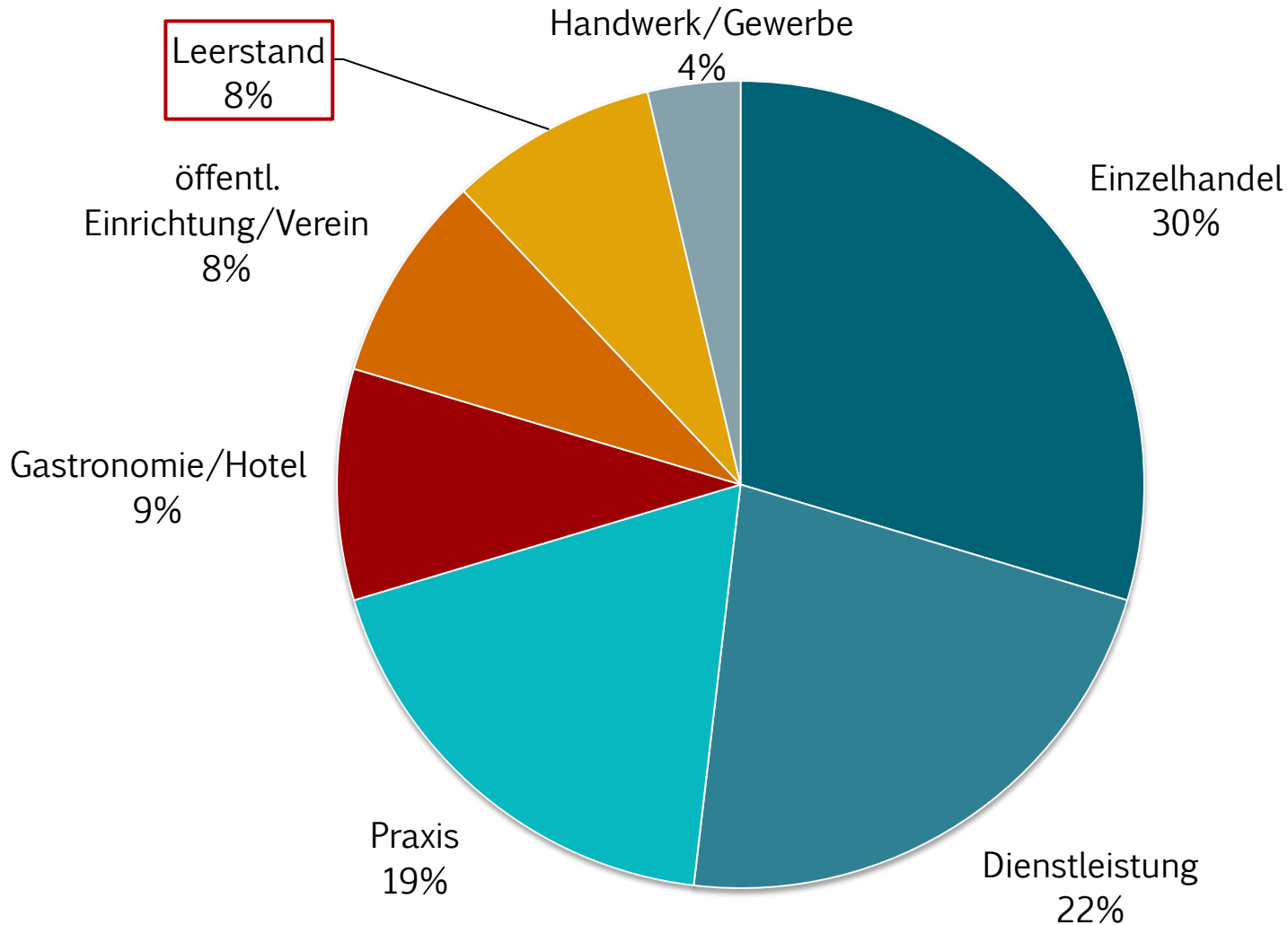
Entwicklung der Kleinstädte

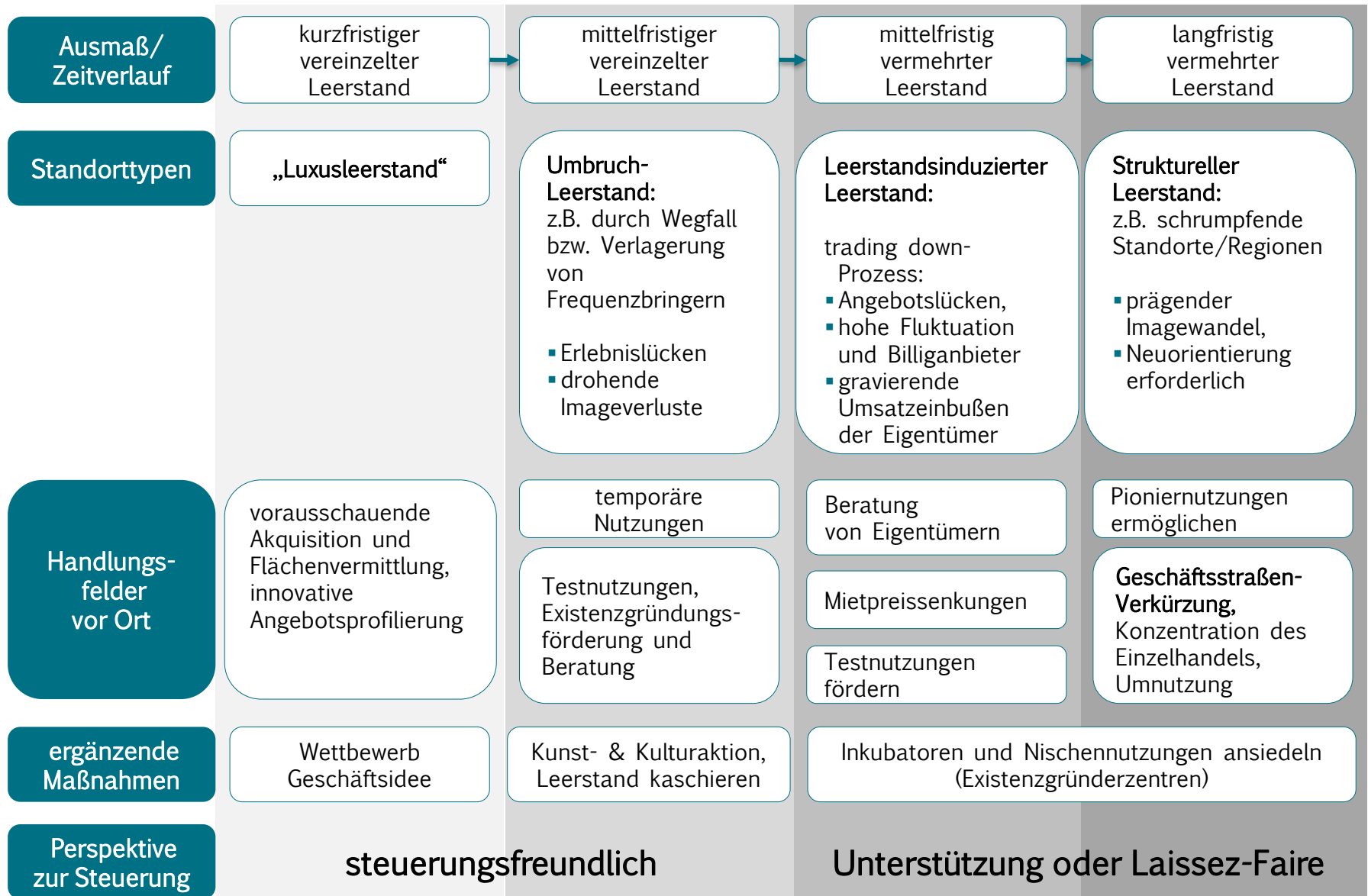
Stadt der Dienstleister?



Nutzungs- und Leerstandsquote

Ortskern Gettorf





- Hyperwettbewerb
- Multipolarität der Nachfrage
- Grüne Wiese

Häufig spielen lokale Besonderheiten eine Rolle

- Objektspezifische Probleme
 - Flächengrößen
 - Investitionsstau auf
 - Immobilieneigentümerseite
 - Unternehmerseite
- Standortwettbewerb
- Nachfolgeproblematik
- Städtebauliche Standortbedingungen
 - Umfeld öffentlicher Raum → Investitionsstau auf öffentlicher Seite
- Miet- oder Kaufpreise



Reduzierung der Leerstände

Mögliche Ansatzpunkte

→ Einfluss der Eigentümer durch Preis- und Investitionspolitik sowie auf den Zustand der Immobilie

- Zusammenarbeit mit Immobilienfachleuten und Maklern
- Herrichtung der Immobilien zur Vermietung
- Offensive Ansprache auswärtiger Geschäftsinhaber
- Dekoration leer stehender Immobilien
- Online-Aktivitäten

→ Einfluss der Gemeinde auf Lage und Mikrostandort durch Einzelhandels- und Städtebaupolitik

- Umgang mit strukturellen Leerständen
- Optimierung, Steuerung des Branchenmix
- Erhalt, Stärkung des inhabergeführten Einzelhandels
- Sicherung der Nahversorgung
- Beteiligung und Aktivierung
- Bessere Erreichbarkeit





Koordinierte Aktivitäten zur Leerstandsreduzierung

- Veranstaltungen in der Innenstadt
 - Tag des offenen Leerstandes
- Werkstatt Innenstadtentwicklung
- Unterstützung bei Existenzgründungen
 - Mietvertrag mit Vollstreckungsklausel für Vermietungen zum Nulltarif
- Flächenmanagement
- Zusammenlegung von Immobilien
 - Fördermöglichkeiten

Reduzierung der Leerstände

Vom Leerstands- zum aktiven Flächenmanagement

Schließung innerstädtischer Betriebe ist deutschlandweiter Trend

- Schaffung angemessener und nachhaltiger Nutzungsperspektiven insbesondere in Klein- und Mittelzentren schwierig
- Gerade kleinere und mittlere Standorte müssen sich zusammen positionieren, um im Wandel zu bestehen

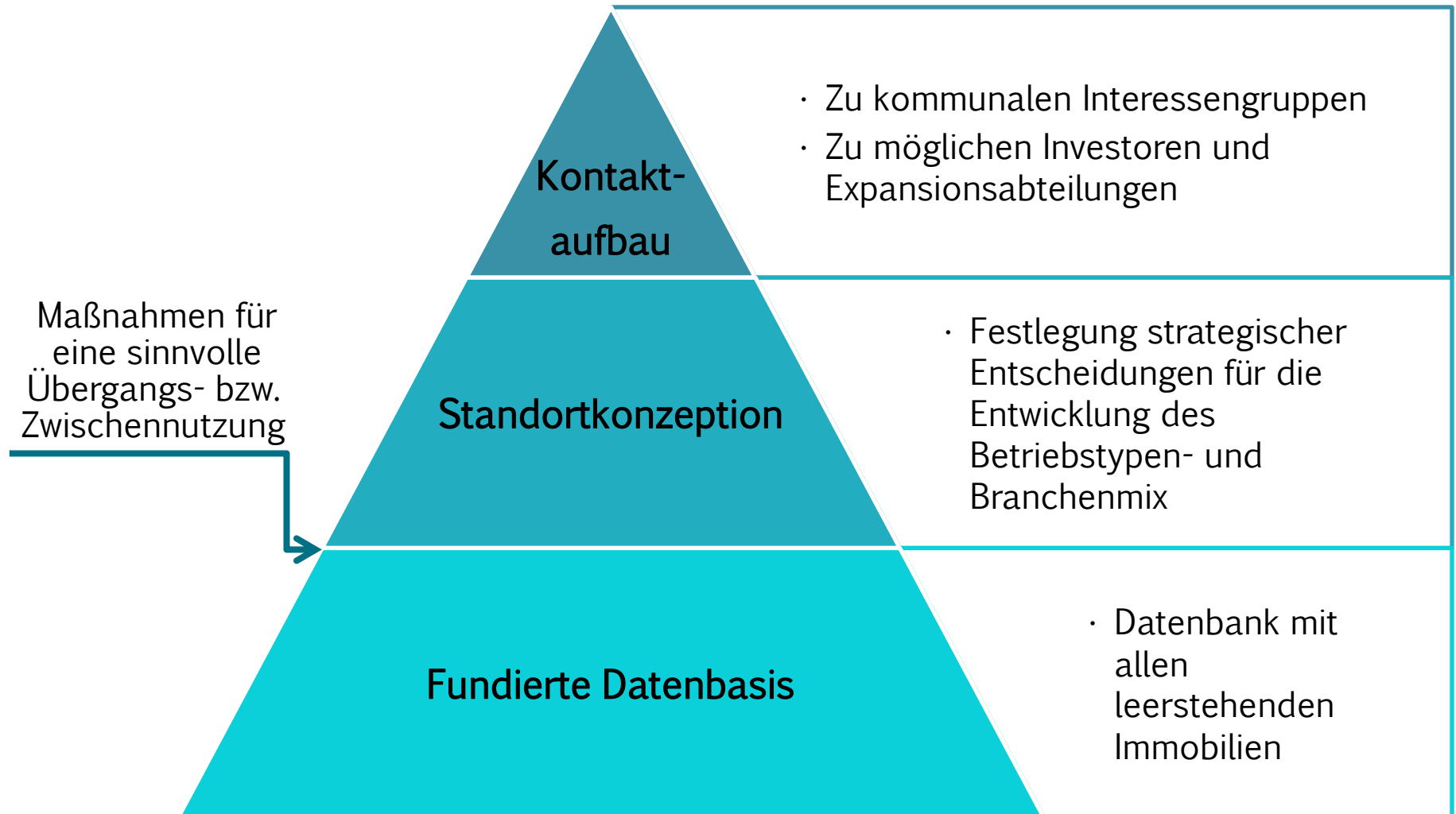
Un- bzw. untergenutzte gewerbliche Immobilien

- Kapitalverluste für Eigentümer
 - Wichtiges Nachverdichtungspotential im Sinne einer strategischen Stadtentwicklung
- Aktives innerstädtisches Flächenmanagement
- Immobilienstruktur gezielt und aktiv weiterentwickeln



Reduzierung der Leerstände

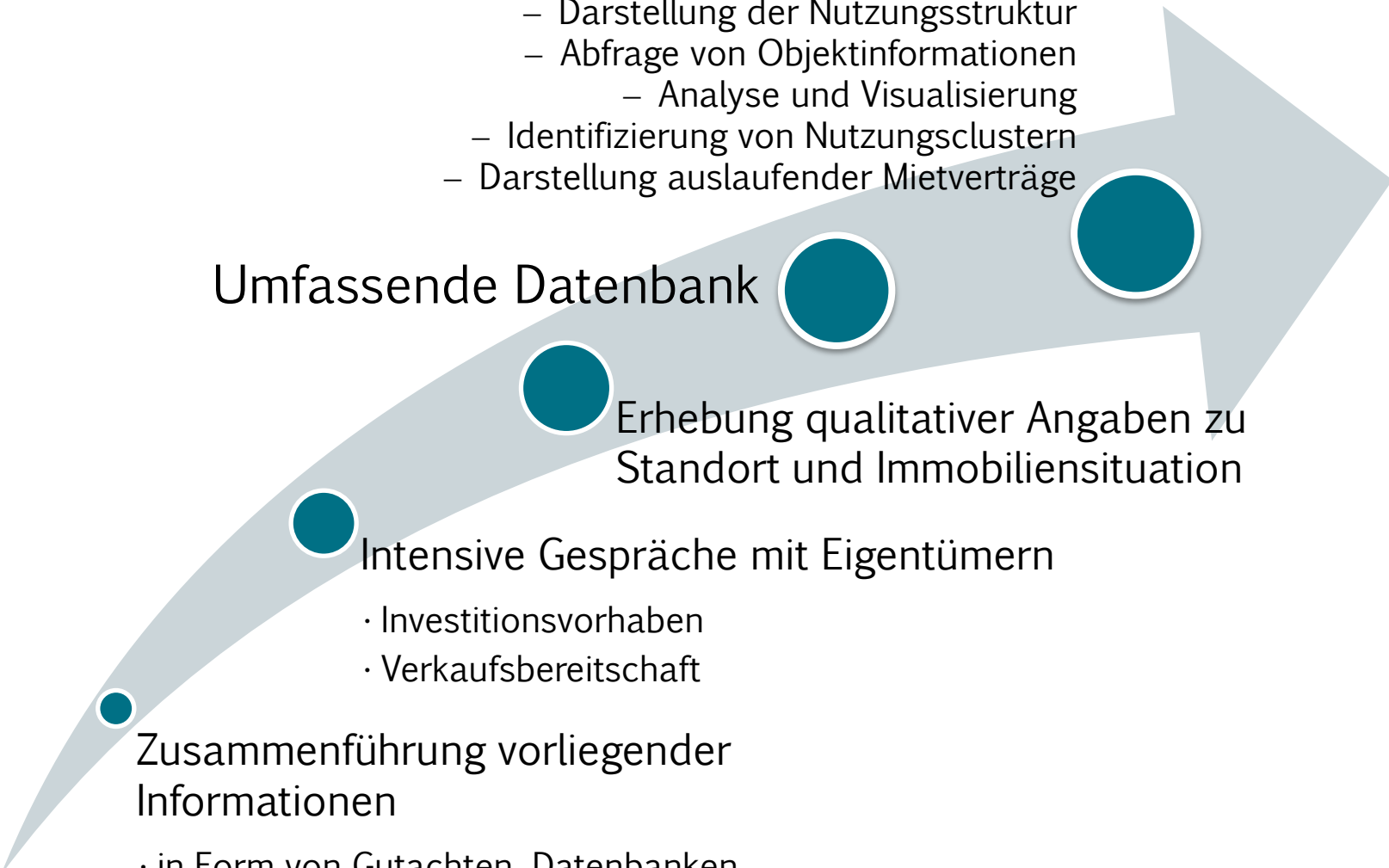
Aktives Flächenmanagement



Standortinformationssystem

- Darstellung der Nutzungsstruktur
- Abfrage von Objektinformationen
 - Analyse und Visualisierung
- Identifizierung von Nutzungsclustern
- Darstellung auslaufender Mietverträge

Umfassende Datenbank

- 
- Erhebung qualitativer Angaben zu Standort und Immobiliensituation
 - Intensive Gespräche mit Eigentümern
 - Investitionsvorhaben
 - Verkaufsbereitschaft
 - Zusammenführung vorliegender Informationen
 - in Form von Gutachten, Datenbanken, Tabellen etc.

Reduzierung der Leerstände

Standortkonzeption

Profil/ Positionierung

Historie

Immobilienstruktur

Bestehende
Nutzungen

Zielbranchenmix gewünscht & realisierbar

Nutzungen

Sortimente

Betriebstypen

Marktchancen fehlende Marken/Betreiber

Potenziell
erzielbare Umsätze

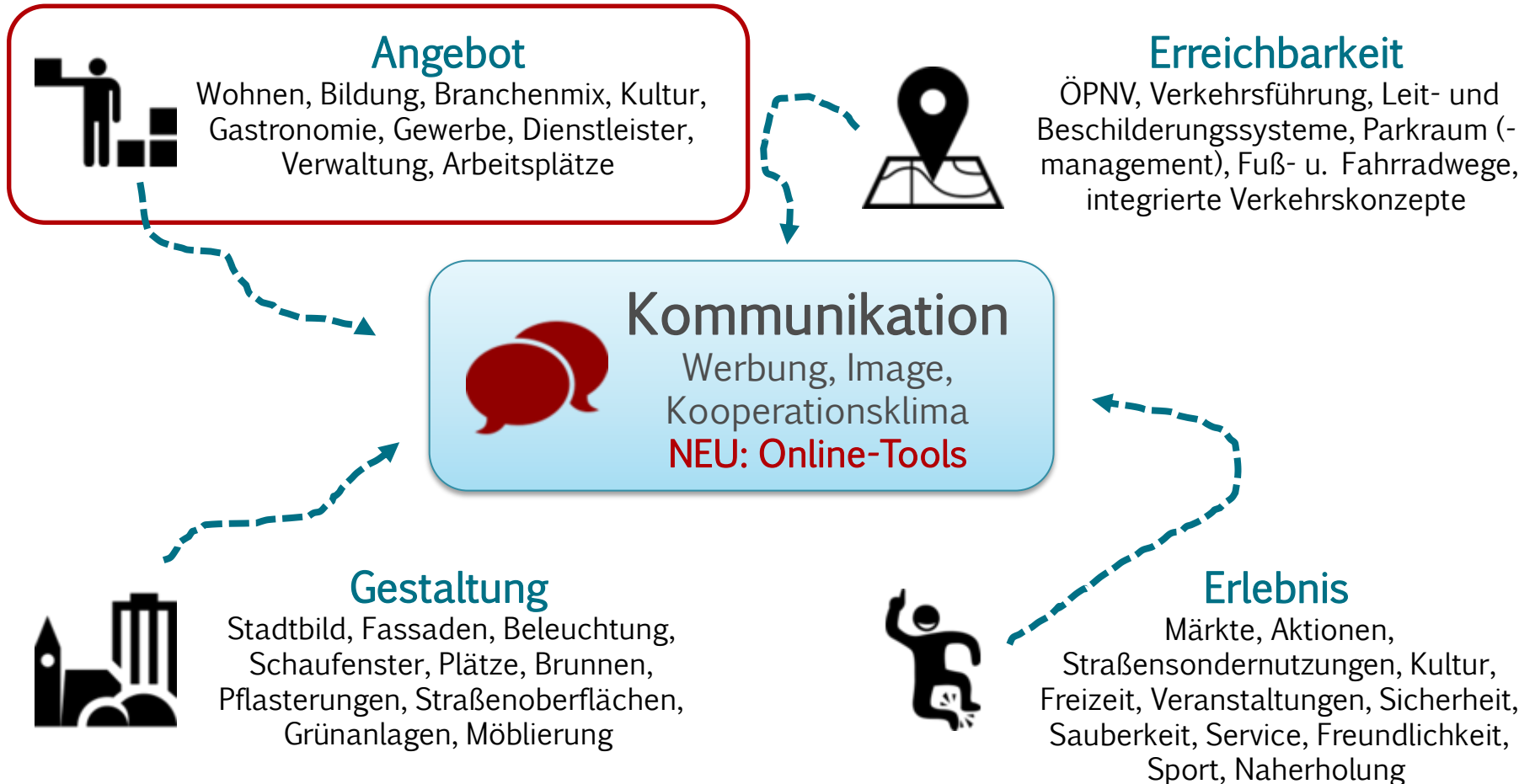
Anforderungen an
die Fläche

Akzeptierte
Mietbelastungen

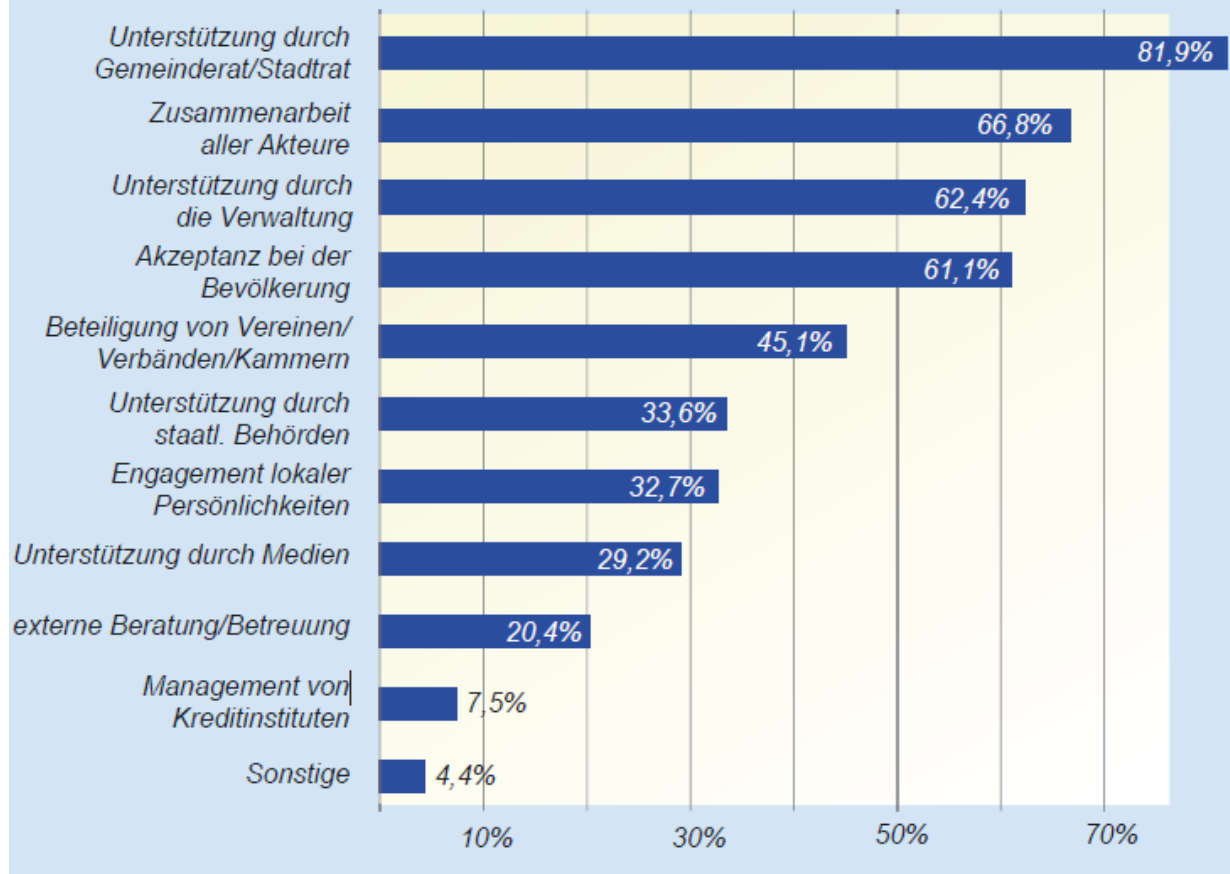
Arrondierungs-
möglichkeiten

Maßnahmen zur Standortbelebung

Das „Produkt Innenstadt“ zählt weiterhin



Erfolgsfaktoren für Maßnahmen und Projekte der Standortbelebung aus Sicht der befragten Kommunen
(Mehrfachnennungen möglich)



Ausgangssituation

- Stadt Roding – ca. 11.000 Einwohner
- Wachsende Gewerbeansiedlungen am Stadtrand
- Zunehmende innerstädtische Leerstände



Maßnahmen zur Standortbelebung

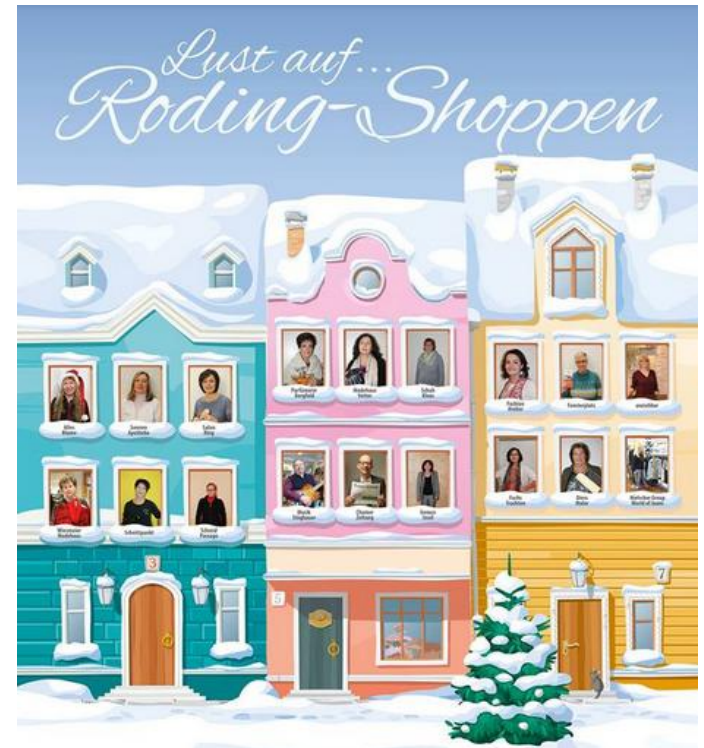
„Unternehmergeist“ Roding

cima.

Förderung als Einkaufs- und Erlebnisstadt

Kosten: ca. 34.000 €/Jahr

- Voruntersuchungen: Akteure zusammengeführt und Handlungsfelder bestimmt
- Erfassen der Leerstände und Aktualisierung des digitalen Leerstandskataloges (Lage, Fläche, Struktur und Nutzungseignung)
- Entwicklung von Strategien zur sinnvollen Nutzung bestehender und zur Vermeidung neuer Leerstände
- Kontaktaufnahme zu Eigentümern (weitere Nutzungsvorstellungen, mögliche Zwischennutzungen und angepasste Mietkonditionen)
- Kontaktaufnahme zu möglichen Investoren
- Investorenberatung zum Branchenmix.
- Existenzgründungsberatung



Kleinteilige Ladenstrukturen

- Befördern die erforderliche Flexibilität in der Vermietung
- Garantieren nachhaltig das von Vielfalt geprägte kleinstädtische Straßenbild

→ Als Besonderheit, Chance und Ziel der Kleinstadt begriffen und ausgebaut werden

Die Kleinstadt selbst als Frequenzbringer

- Kleinstädtisches Zentrum kann sich nicht durch Anpassung an die „Verkaufskultur“ in der Großstadt profilieren
- Alleinstellungsmerkmale herausarbeiten und fördern
- Tradition, Handwerk und Geschichte(n)



„Teilen“ – Nutzungswechsel

- StartUps
- Kleinstunternehmer
- Künstler

„Tauschen“ – Nutzungswechsel

- Wohnen – Gewerbe – Wohnen

A large red bracket that spans across the two columns above, pointing downwards towards the 'Zwischennutzung' section.

Zwischennutzung

- Sofortmaßnahme zur Abhilfe gegen das Veröden des Stadtzentrums
- Je mehr kreative (Frei-)Räume gleichzeitig und gezielt angeboten werden, desto größer ist der Werbeeffect für Nutzer und Besucher
- Bis 20 min. Fahrtzeit zum nächsten Ballungsraum werden von potentiellen Nutzern sofort akzeptiert

Gebäudeauswahl

- Prioritätenliste für Wunschnutzungen nach Bedarfskatalog der Kernstadt
- Prioritätenliste für leerstehende Läden
- Gebäudepass zur Eignungsbewertung der ausgewählten Gebäude



Leerstands- und Zwischennutzungen

Zwischennutzungen



	Ausstellung, Präsentation, Verkauf	Atelier & Werkstatt	Verkaufs- & Präsentationsraum	Arbeitsraum
Mittel	Offener Wettbewerb	Ausschreibung	pers. Einladung	Ausschreibung & pers. Einladung
Zielgruppe	Kreative Berufe (Künstler, Designer)	reg. Handwerk, Künstler, Start-Ups	reg. Handwerk, Start-Ups	reg. Dienstleister
Ziel	Geregelte Öffnungszeiten, optisch auffallende und attraktive Schaufenstergestaltung	belebter Arbeitsraum mit attraktiver Außenwirkung, Residenzpflicht	Geregelte Öffnungszeiten, Publikumsverkehr mit attraktiver Außenwirkung	Weitere fehlende „Wunschnutzer“ aus dem Bedarfskatalog ansiedeln, belebter/ruhiger Arbeitsraum mit attraktiver Außenwirkung, Residenzpflicht
Nutzerwechsel	Vier Wochen – drei Monate	Je nach Nutzeranzahl	Je nach Nutzeranzahl	Je nach Nutzeranzahl

Stadtverwaltung immer mindestens moderierende und beratende Funktion

„Modell-Sinzig“ - Stadt tritt bspw. als GbR auf

- mietet eine vorher bestimmte Anzahl und Art leerstehender Ladenflächen
 - Sucht für diese Räume gezielt „Untermieter“
 - Nur wenige Eigentümer und Gebäude erhalten dieses Privileg
 - Stadt zahlt maximal ortsübliche Vergleichsmieten
- Bietet größtmöglichen Einfluss der Stadt auf Vielfalt und Attraktivität der Kernstadt
- Zielgruppen können mit symbolischen Mietpreisen von 1€ Leerstand als „Sofortmaßnahme“ attraktiv und engagiert füllen

Empfohlen für:

- westdeutsche Kleinstädte
- wo Leerstandsproblematik sich erst schleichend bemerkbar macht
- überhöhte Mietpreise noch nicht realistisch an Bevölkerungsentwicklung angepasst

Leerstands- und Zwischennutzungen

Leerstandsdekoration



Quelle: cima 2014



Quelle: <http://www.3dwindowdressing.com>

Leerstands- und Zwischennutzungen

Malaktion mit Kindern



Quelle: cima 2014



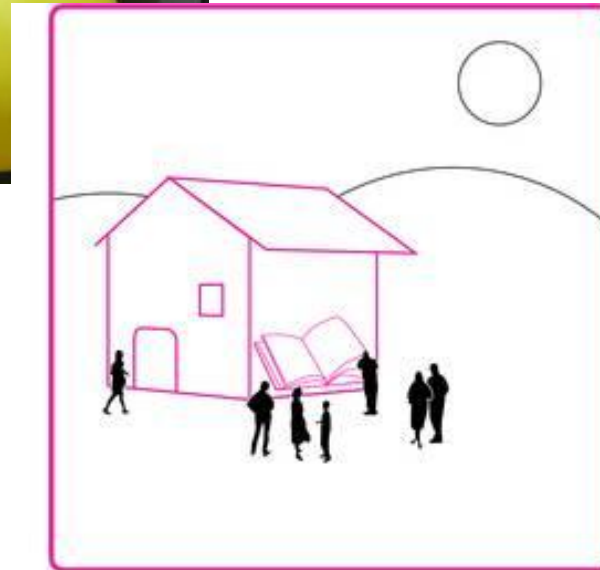
Leerstands- und Zwischennutzungen

Tag des offenen Leerstands

CIMA.



- Neugier
- Einblick
- Erzählen
- Tag des offenen Leerstands
- hinter den Kulissen
- einzigartige Geschichten
- einzigartige Menschen





Präsentation der
vergangenen und
zukünftigen
Arbeitsschritte im
Ausschuss

Einrichtung einer
Arbeitsgruppe
Leerstände

Zusammenfassung
der Ergebnisse des
Stadtmarketings
und Empfehlungen
für 2017

klug entscheiden
kraftvoll handeln
neues wagen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.



Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Geogr. Lisa Scheer
T 0451 389 68 0, scheer@cima.de

Dipl.-Geogr. Katja Panic
T 0451 389 68 0, panic@cima.de

Weitere Informationen zur cima und unseren Projekten finden Sie auf unserer Homepage.

www.cima.de

Melden Sie sich an für unseren cima.Newsletter.