



Kampagne „Gute Geschäfte“ zum Thema Leerstände in der Stadt



- 1. Status Quo**
- 2. Instrumente der Wirtschaftsförderung**
- 3. Kampagne „Gute Geschäfte“**

1. Status Quo



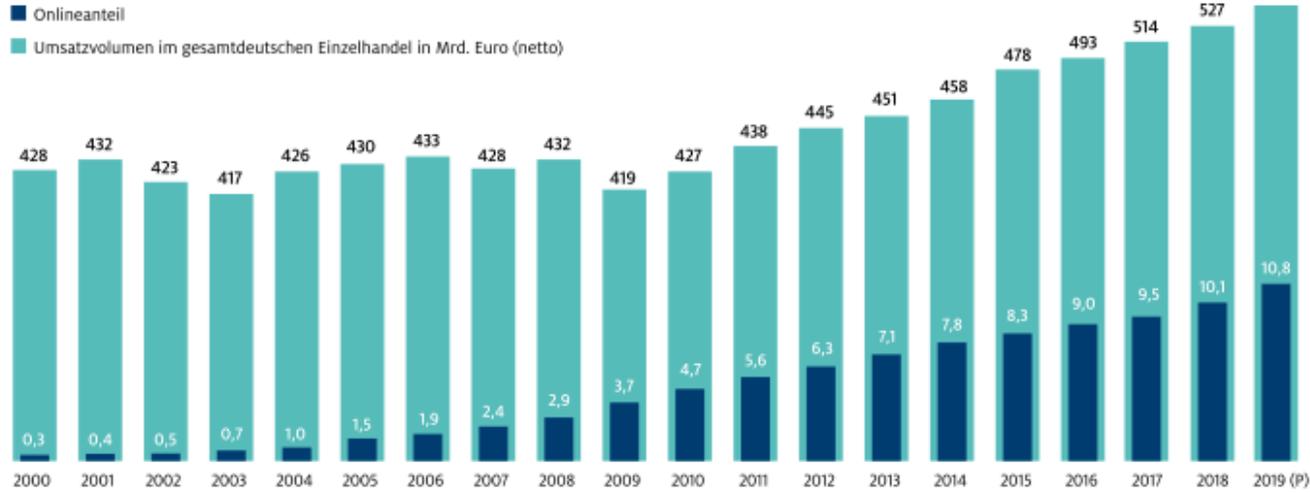
- Branchenumfrage des Handelsverbandes Deutschland (HDE) im September 2018 zeigt angespannte Stimmung in den Innenstädten
 - Der weiter wachsende Onlinehandel macht den Händlern zu schaffen
 - Betroffen sind kleinere bis mittelgroße Städte
 - Rückzug der inhabergeführten Geschäfte
 - Für viele Filialisten stehen kleinere und mittelgroße Städte nicht auf der Expansionsliste
 - Lediglich Geschäfte mit Waren des täglichen Bedarfs behalten ihren festen Platz in den Innenstädten
- Die Folge: immer mehr leerstehende Ladenlokale – die Attraktivität der Innenstädte geht verloren



1. Status Quo



Onlineanteil am Einzelhandel im engeren Sinne* in Prozent

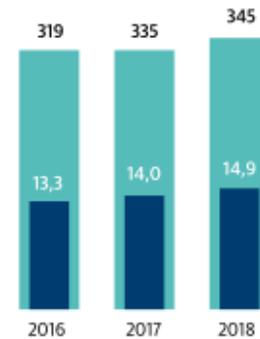


* Einzelhandel im engeren Sinne (i.e.S.) bezeichnet die institutionellen Einzelhandelsformen in Deutschland einschließlich ihrer Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoff- und Kraftstoffhandel.

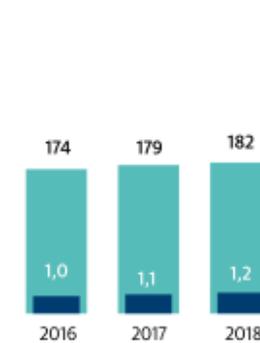
Onlineanteil Food und Nonfood am Einzelhandel in Prozent

■ Onlineanteil in Prozent
 ■ Umsatzvolumen im gesamtdeutschen Einzelhandel in Mrd. Euro (netto)

NONFOOD



FOOD



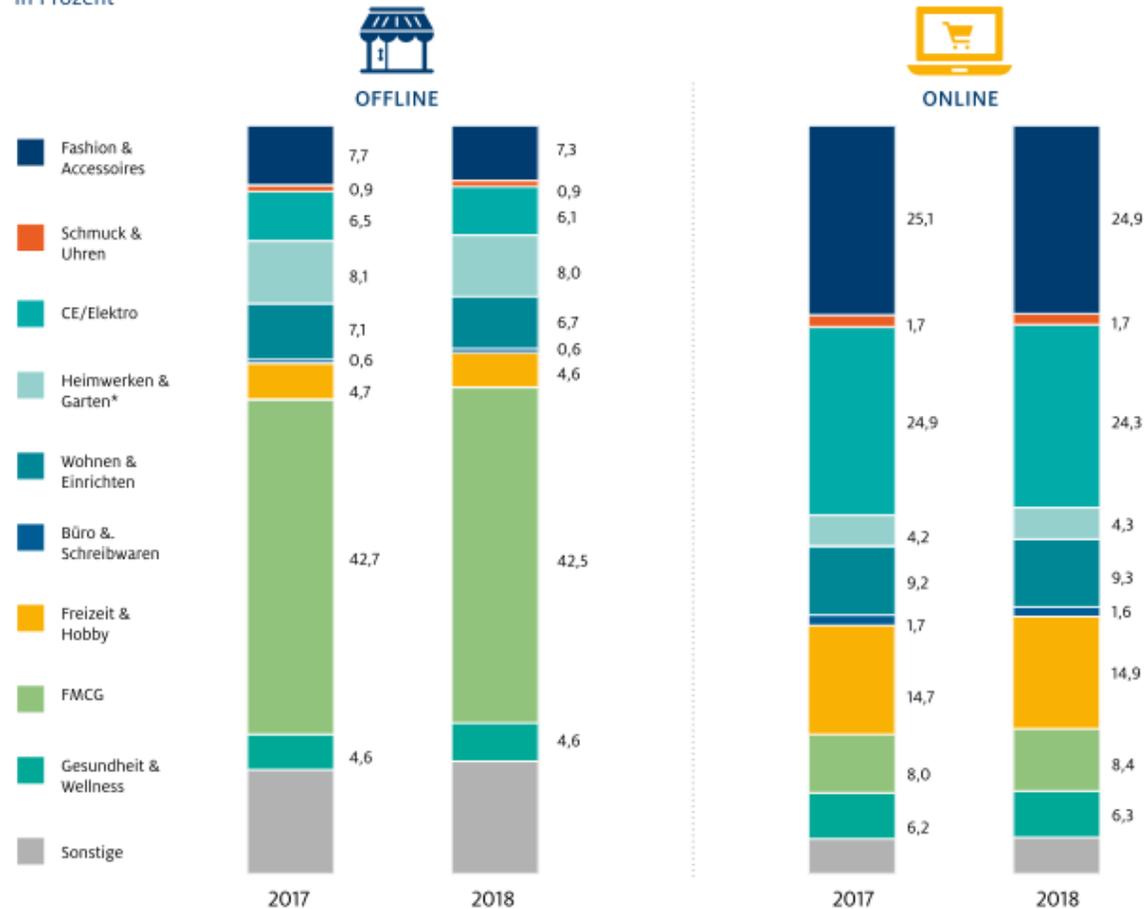
Lebensmittel inkl. Getränke, inkl. Tabakwaren

1. Status Quo

BRANCHEN

Aufgrund der außerordentlichen Bedeutung von Lebensmitteln und anderen Fast Moving Consumer Goods (FMCG) im stationären Handel unterscheiden sich die Branchenstrukturen gegenüber denen im Onlinehandel (immer noch) deutlich. FMCGs weisen stationär mit 42,5 Prozent den weitaus größten Anteil am Einzelhandel auf. Online sind Fashion & Accessoires (24,9 Prozent) und CE/Elektro (24,3 Prozent) weiterhin die bedeutendsten Branchen. Die anderen Branchen holen aber auf, wenn auch langsam.

Anteile der Branchen am Offline- und Onlinevolumen
in Prozent



* DIY Kernsortimente, ohne Großhandel und Handwerker, ohne Leuchten/Lampen, ohne Deko/Haus-/Heimtextilien

1. Status Quo

- Aktuelle Leerstandsquote liegt in Kamen bei 14,91 %
- Lt. Handelsverband Deutschland (HDE) bundesweit durchschnittliche Leerstandsquote von rund 10 Prozent
- Lt. CIMA Beratung+ Management GmbH mittlere Leerstandsquote in Klein- und Mittelstädten von 11 Prozent (2009).



1. Status Quo



➤ Rückblick - Vitale Innenstädte 2016

- Insgesamt wurde die Attraktivität der Kamener Innenstadt und das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt mit der Schulnote befriedigend beurteilt (2,9).
- Gute Verkehrsanbindung an das regionale Umland
- Weitestgehend kostenlose Parkplätze
- Guter Branchenmix
- Nahversorgungsfunktion wird voll erfüllt
 - Geschäfte mit Waren des täglichen Bedarfs
 - Kamener Wochenmarkt
- Städtebaulich ist die Innenstadt von Kamen sehr ansprechend
- Besonders hervorzuheben ist der historische Altstadt kern



2. Instrumente der Wirtschaftsförderung



Leerstandsmanagement

- Aktive Kontaktaufnahme zu „Start ups“ und Filialisten
- Kontaktnetzwerk zu:
 - Eigentümern,
 - Maklern,
 - Expansionsabteilungen von Filialisten wird gehalten und weiter ausgebaut.
- Pflegen der Leerstandsdatenbank
- Veröffentlichung im Immobilienportal der Stadt Kamen
- Gewerbeimmobilienberatung und -service
- Unterstützung von Existenzgründungen
 - Zusammenarbeit mit der WFG
 - Zusammenarbeit mit dem Technopark Kamen
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität

3. Kampagne „Gute Geschäfte“



- Eine Ausstellung von StadtBauKultur NRW in Kooperation mit der Stadt
- Die Ausstellung ist Teil der Landesinitiative Zukunft.Innenstadt.NRW
- Es werden Gründe für Leerstände thematisiert und verdeutlicht
- Gibt Impulse und Ideen gegen Leerstand
- Die Ausstellung steht der Stadt Kamen von Juli-Dezember 2019 zur Verfügung
- Bestehend aus 60/100 Pappwürfeln und einer Begleitpublikation
- Die Wanderausstellung wird in unterschiedlichen Ladenlokalen zu sehen sein

3. Kampagne „Gute Geschäfte“



- Auftaktveranstaltung am 06.07.2019 im Leerstand „Kamen Quadrat“ mit Herrn Heinkel von StadtBauKulturNRW

- Weitere 3 Veranstaltungen sind bis Ende des Jahres in anderen Leerständen in der Innenstadt sowie in Methler und Heeren derzeit in Planung

- **Intention :**
 - Informationen
 - Impulse
 - Ideen

- Dialogprozesse anstoßen (Eigentümer, Händler, Bürger) & Einkaufsverhalten überdenken

3. Kampagne „Gute Geschäfte“

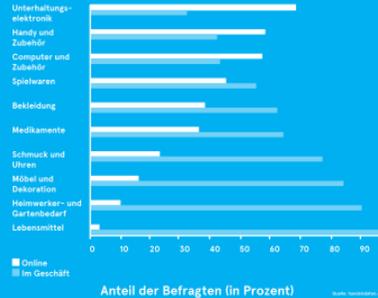


G Tolle Räume!	U	T E	
G	E S	S C	H Könnte ich dieses leere Geschäft nicht für mein Projekt nutzen?
W	Was	s k	ko
na	ac	h	de
Ei	nz	ze	lh

3. Kampagne „Gute Geschäfte“

AMAZON IST KEINE STADT

Was kaufen Sie lieber Online
oder im Geschäft?



Viele Menschen sehnen sich nach dem Tante-Emma-Laden. Aber die wenigsten wollen höhere Preise und ein kleineres Angebot in Kauf nehmen.



Alternative Konzepte zur Nutzung von Leerständen

Leerstehende Ladenlokale schaden der Lebensqualität in unseren Städten. Doch an vielen Standorten werden sie sich nicht wieder mit Einzelhandel füllen lassen. Deshalb ist es wichtig, nach neuen Ideen zu suchen, die leere Räume wieder füllen und etwas von der verlorenen Lebensqualität in unsere Städte bringen. Diese Ausstellung erklärt die Hintergründe des Ladensterbens und zeigt, was man dagegen tun kann.

Immer größer, aber immer weniger: Konzentrationsprozesse im Einzelhandel

Der Wettbewerb im Einzelhandel ist hart. Je größer die Verkaufsfläche eines Unternehmens, umso höher sind die Chancen, in diesem Wettbewerb zu bestehen. Denn auf großen Verkaufsflächen können größere Sortimente zu geringeren Kosten angeboten werden. Die Folge ist ein Konzentrationsprozess: Die Verkaufsflächen werden immer größer, aber die Anzahl der Läden wird immer kleiner, weil viele, vor allem die kleinen Läden, schließen müssen.

Warum hier so viele Läden leer stehen

Wenn der Nachbar stärker ist: regionale Konkurrenz

Große Nachbarstädte oder moderne Einkaufszentren auf der grünen Wiese machen den kleineren Stadtzentren Konkurrenz. Kleine Läden und abgelegene Standorte spüren diese Konkurrenz besonders stark.

Auf Zeit oder für immer – Ladenlokale bieten Raum für viele Ideen!

3. Kampagne „Gute Geschäfte“

