

Trends in Stadt und Handel

- Was passiert gerade in unseren Innenstädten?

Michael Reink



Bereichsleiter Standort- und Verkehrspolitik
Handelsverband Deutschland

17. Mai 2022

Dynamik ist durch **Digitalisierung** sowie die
pandemiebedingten **Schließungen** vieler Innenstadtbetriebe
bisher **beispiellos**

Daher verringern sich **Veränderungszyklen** und der
Anpassungsdruck ist enorm

Kundenverhalten

Einzelhandel ist TOP-Besuchsgrund (2020 in %)



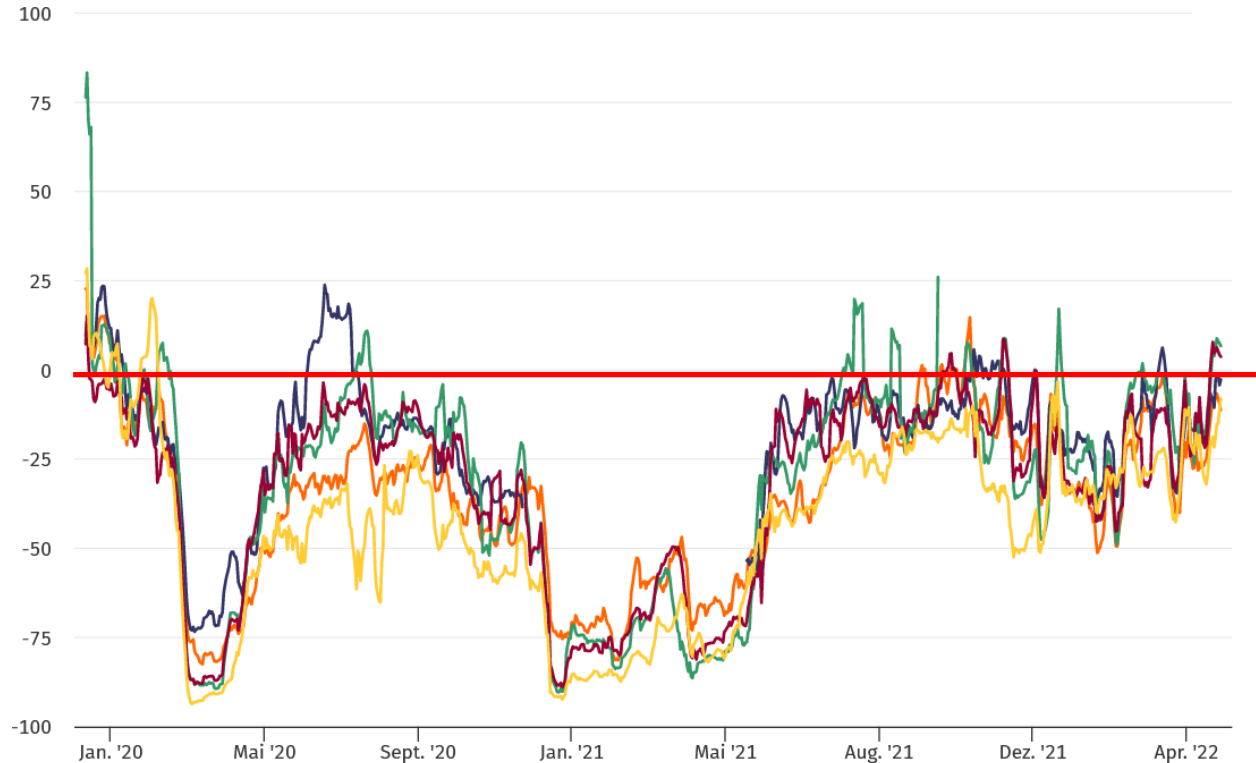
Kundenverhalten

Einzelhandel ist TOP-Besuchsgrund (2020 in %)



Frequenzen 2020 bis 2022

Frequenzentwicklung dauerhaft weit unter Vorjahr

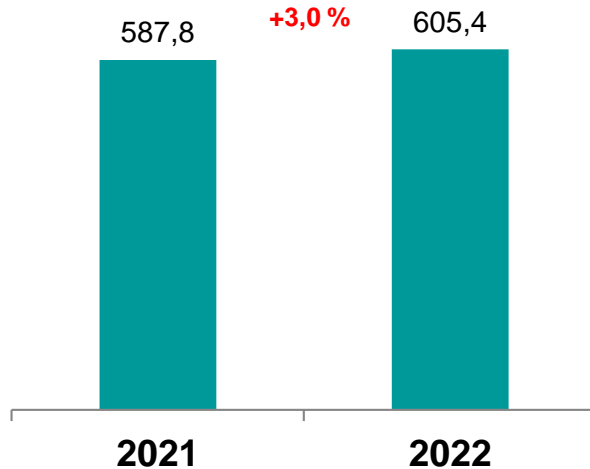


Allgemeine Kennziffern

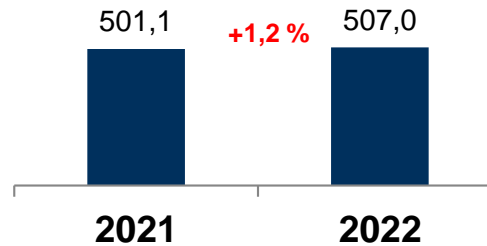
Umsatzentwicklung im Einzelhandel 2021



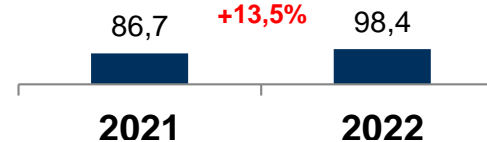
Einzelhandel insgesamt* in Mrd. Euro



Stationärer Handel

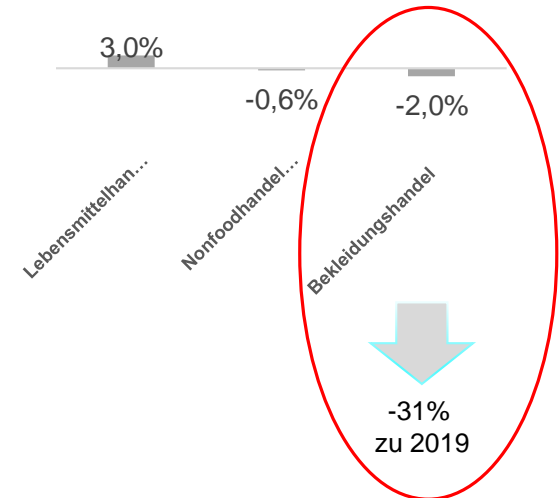


Onlinehandel



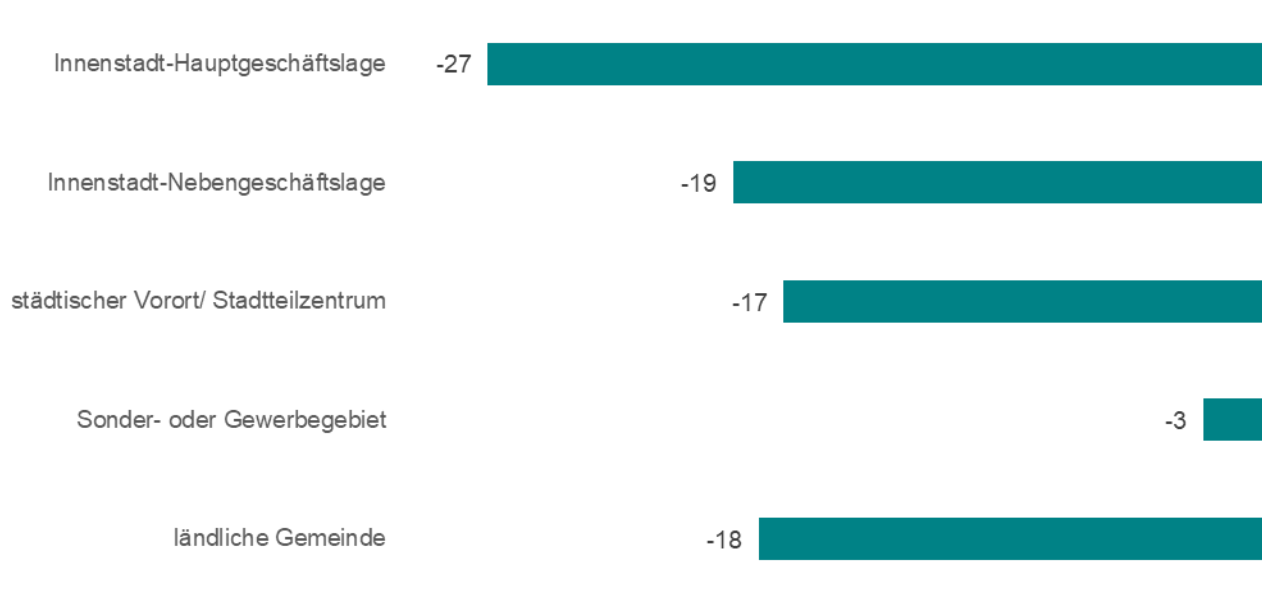
Stationärer Handel

2022 zu 2021
darunter:

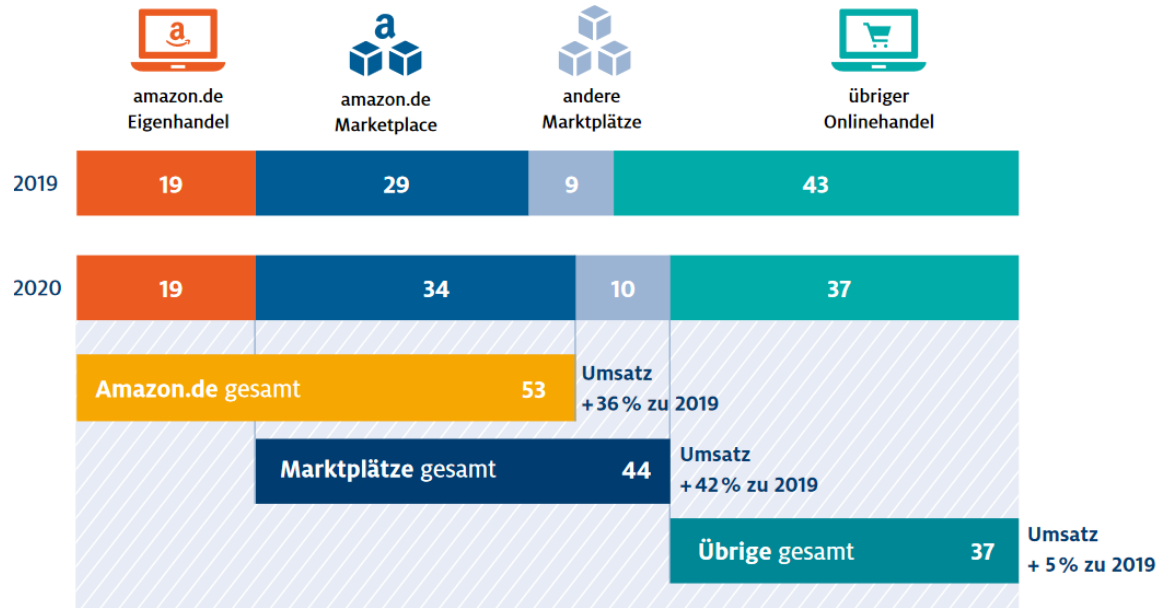


Umsatz-/ Frequenzentwicklung Nonfoodhandel

KW 8/2022 in % zu Vorkrisenniveau (2019) nach **Standorten**



Anteile Amazon* und Marktplätze am Onlinehandel in %



Zu den anderen Marktplätzen zählen neben eBay (im Rahmen der vorliegenden Abgrenzung**) Marktplätze etablierter Anbieter des Onlinehandels, wie von Zalando, About You oder Otto, aber ebenso (spezialisierte) Anbieter, wie manomano, moebel.de oder chrono24.

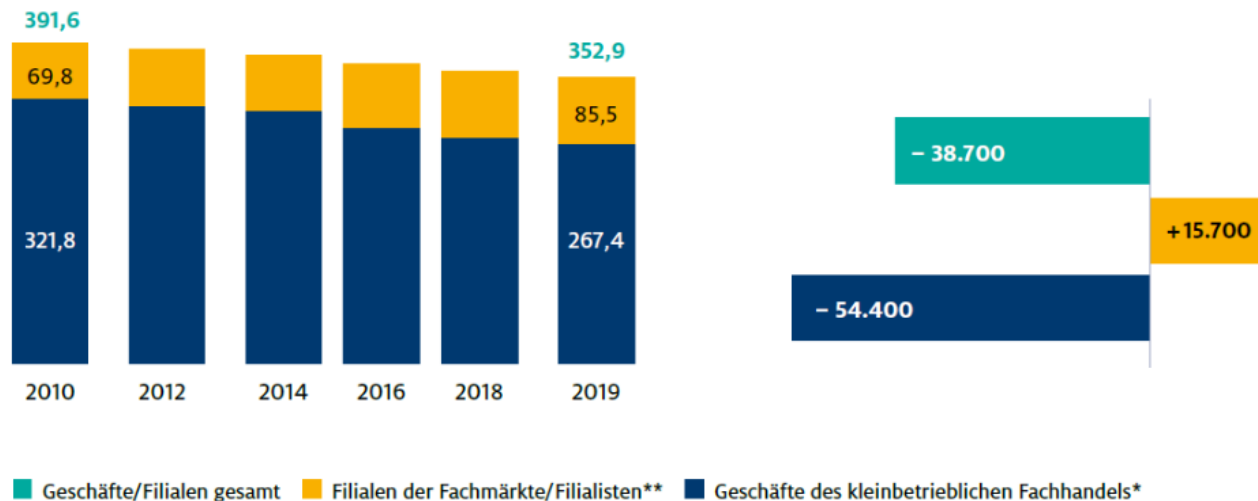
Entwicklung Anzahl der Geschäfte

Anzahl stationären Geschäfte (2010 – 2019: Minus 39.000)

16.05.2022

Anzahl Geschäfte/Filialen*

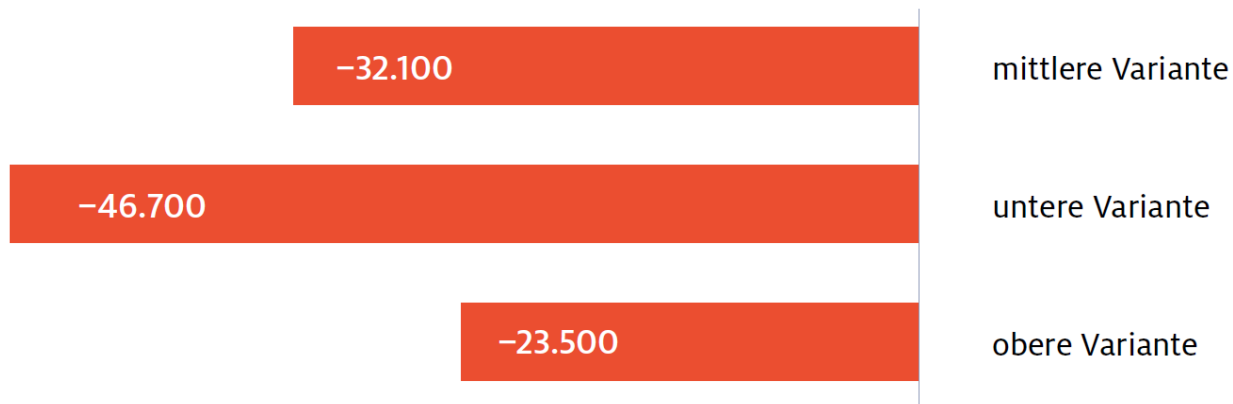
in Tausend




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

Entwicklung der Anzahl der Geschäfte

Veränderung der Anzahl Geschäfte 2020–2022 in den Szenario-Varianten



 Geschäfte/Filialen gesamt

Klein- und Mittelstädte:

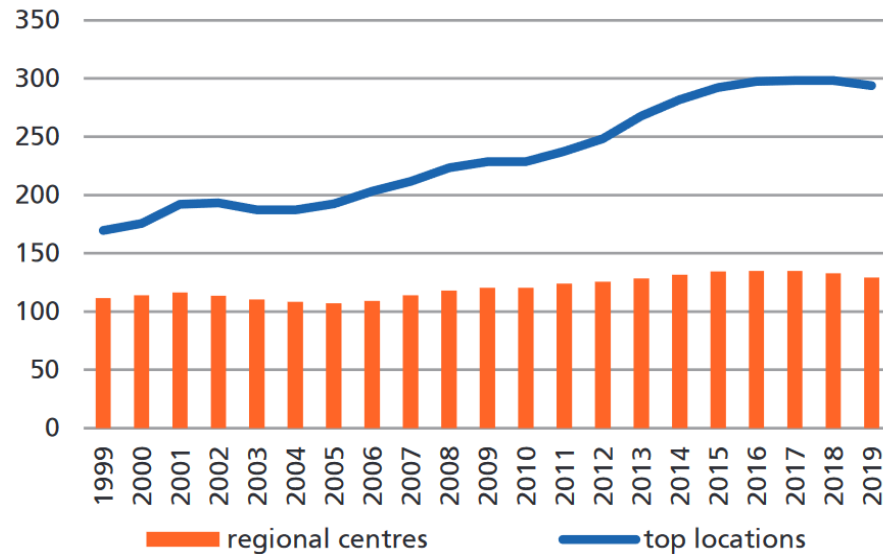
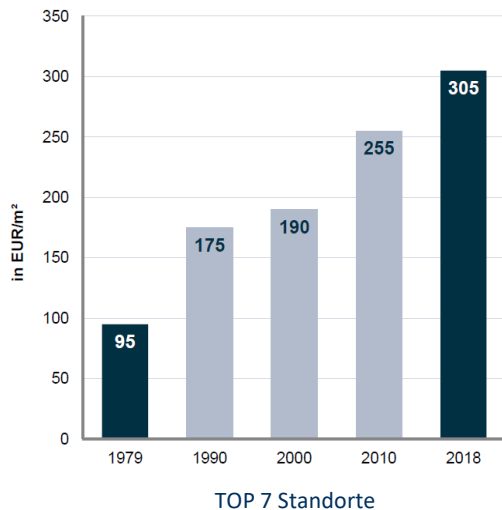
- 1A-Lagen: rund **15 Prozent** der Geschäfte stehen leer
- 1B-Lagen: Leerstandsquote bis zu **25 Prozent**

Bei fast jedem dritten Mietverhältnis sind zudem **Mietrückstände** zu beklagen, ein Ausdruck der **angespannten wirtschaftlichen Situation vieler Einzelhändler**.

- Zunehmender Leerstand innerstädtischer Ladenflächen **kein vorübergehendes Phänomen**, welches sich nach der Pandemie abschwächen wird
- **Leerstände** in den **A-Lagen** werden sich wieder vermieten lassen, wenn auch unter **niedrigeren Mieten** als vor der Pandemie

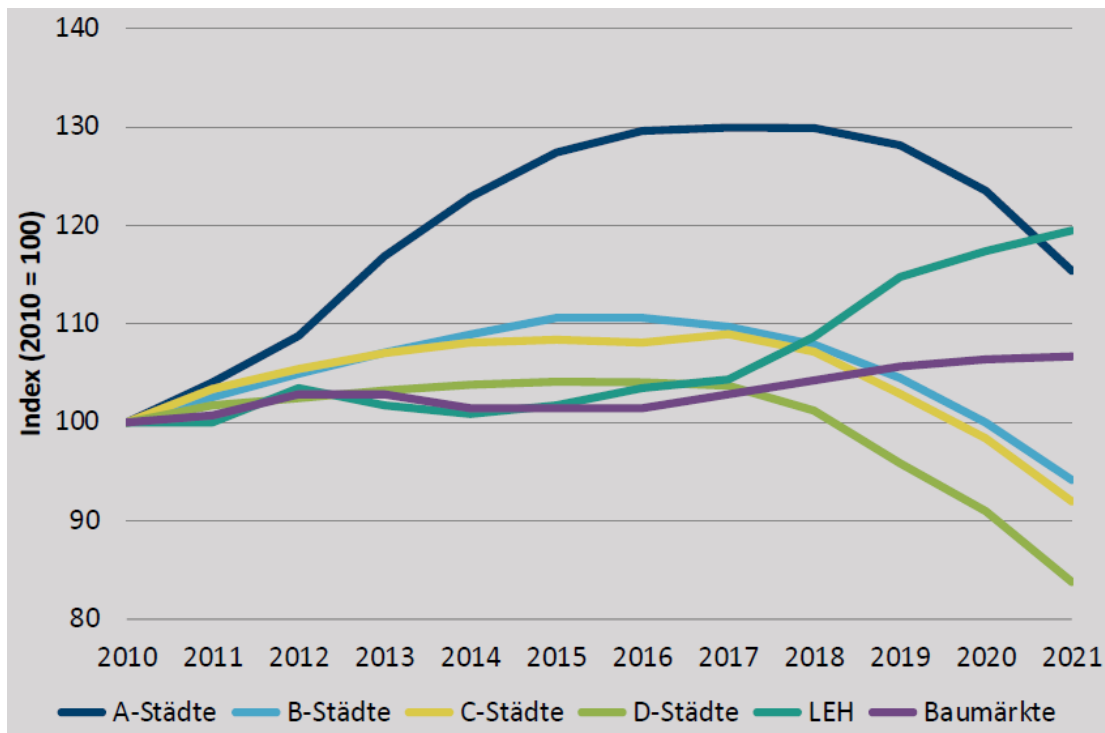
Kennziffern des Handels

Entwicklung der Handelsmieten



Mietentwicklung im Einzelhandel

Spitzenmieten in 1a-Lagen sinken



Was passiert gerade in unseren Innenstädten?

Attraktivität durch Multifunktionalität

Multifunktionalität der Innenstädte

Kultur

Wohnen

Gastronomie

Kreativwirtschaft

Bildung

Gesundheit

Produktion

Sport

Büro

Multifunktionalität der Innenstädte

Kultur

Wohnen

Bedarfsstufen

Gastronomie

Kreativwirtschaft

Bildung

Gesundheit

Produktion

Sport

Büro

Multifunktionalität der Innenstädte

Kultur

Wohnen

Bedarfsstufen

Kreativwirtschaft

Gastronomie

Einzugsbereiche

Bildung

Gesundheit

Produktion

Sport

Büro

Multifunktionalität der Innenstädte



Multifunktionalität der Innenstädte

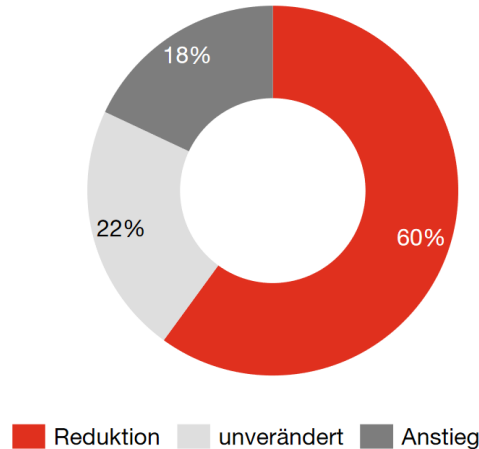


Veränderte Flächenbedarfe durch Homeoffice

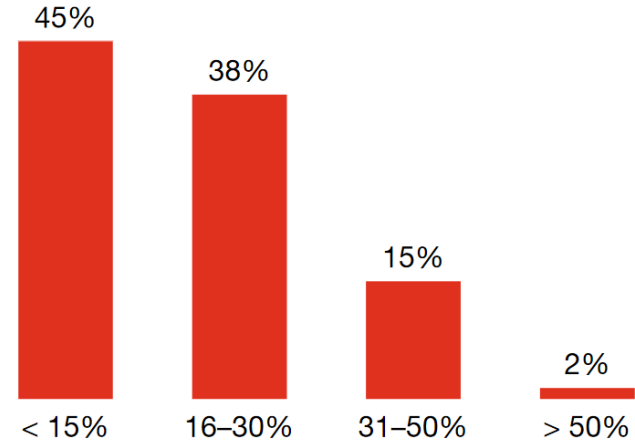
Änderungen im Büromarkt in den nächsten drei Jahren (Beurteilung der Arbeitgeber)



Änderung der Flächenbedarfe



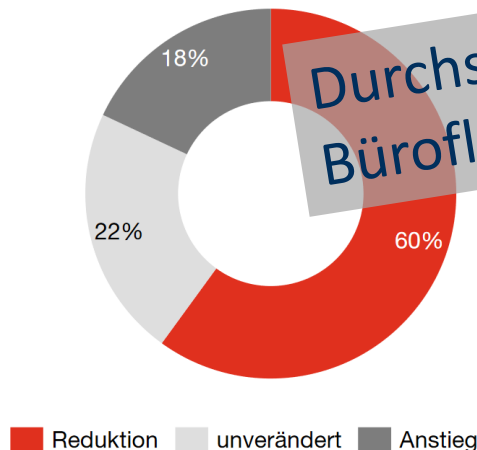
Flächenabbau in %



Veränderte Flächenbedarfe durch Homeoffice

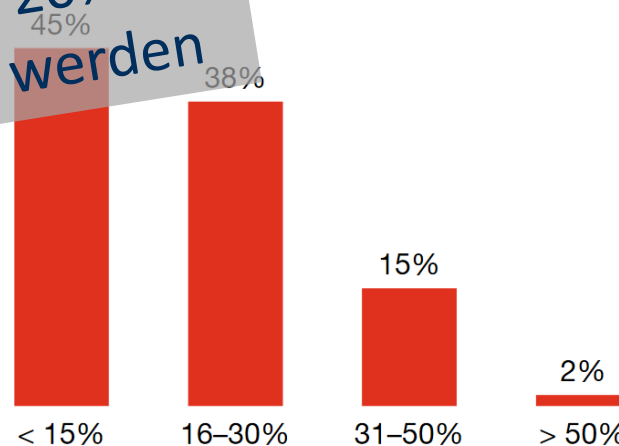
Änderungen im Büromarkt in den nächsten drei Jahren (Beurteilung der Arbeitgeber)

Änderung der Flächenbedarfe



Durchschnittlich sollen 20% der Büroflächen abgebaut werden

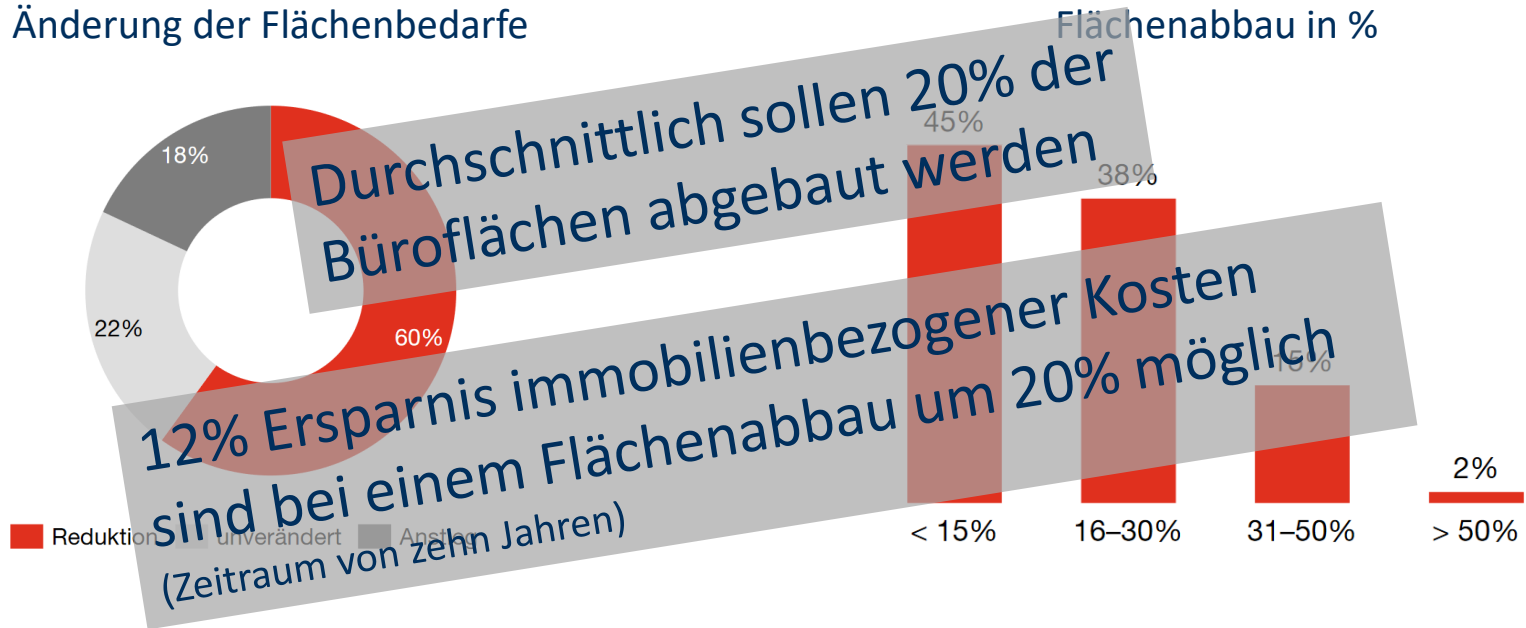
Flächenabbau in %



Veränderte Flächenbedarfe durch Homeoffice

Änderungen im Büromarkt in den nächsten drei Jahren (Beurteilung der Arbeitgeber)

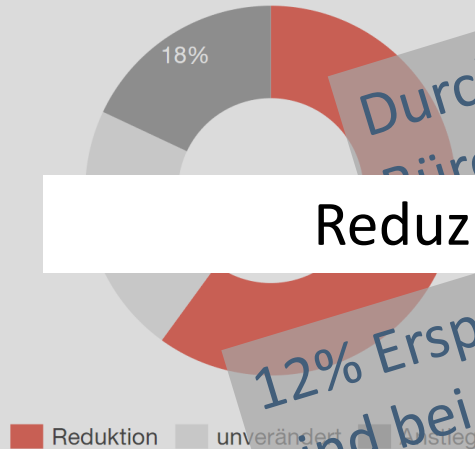
Änderung der Flächenbedarfe



Veränderte Flächenbedarfe durch Homeoffice

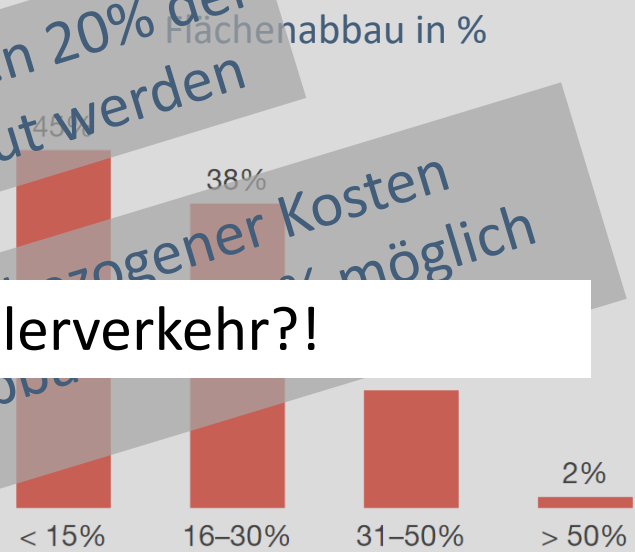
Änderungen im Büromarkt in den nächsten drei Jahren (Beurteilung der Arbeitgeber)

Änderung der Flächenbedarfe



Reduzierung von Pendlerverkehr?!

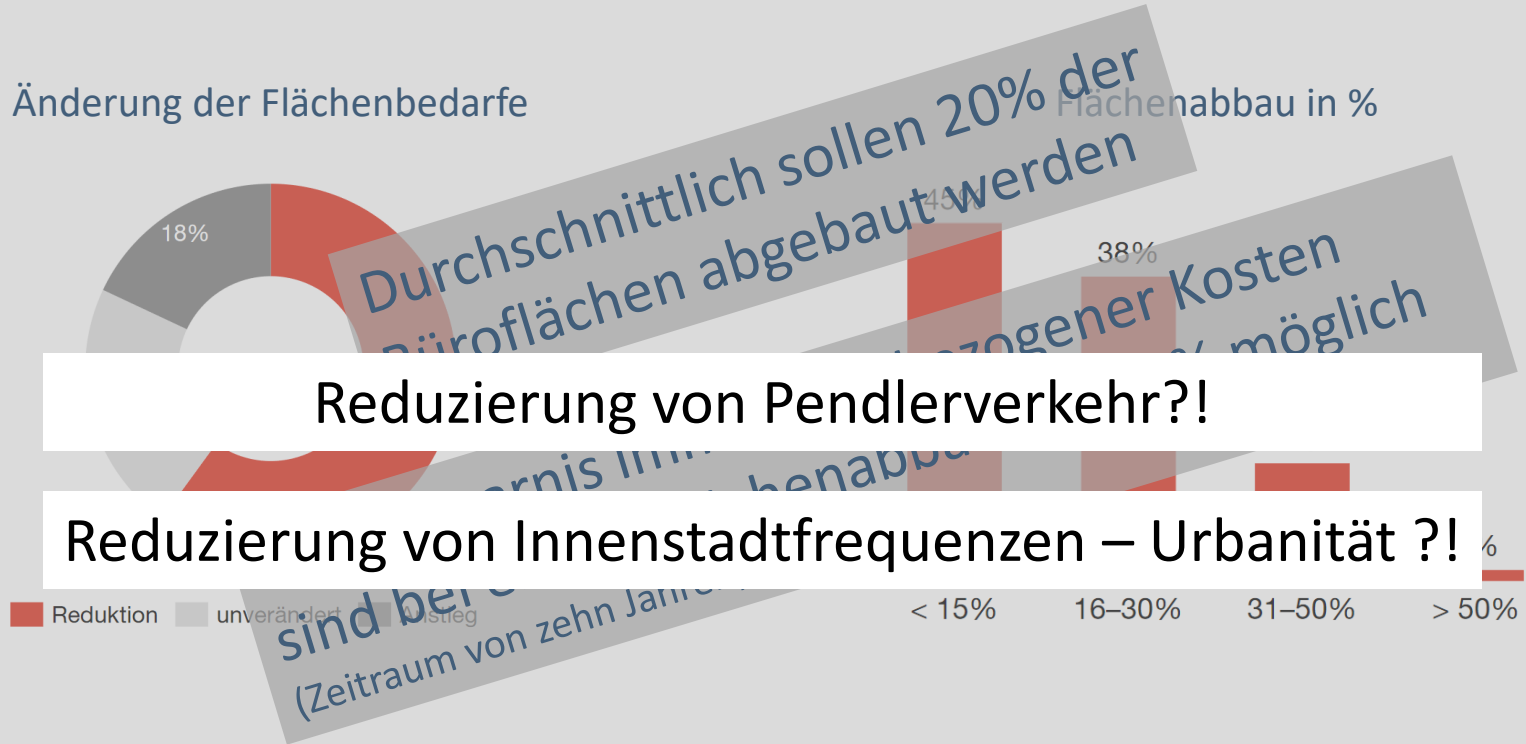
12% Ersparnis im
sind bei einem Flächenabbau
(Zeitraum von zehn Jahren)



Veränderte Flächenbedarfe durch Homeoffice

Änderungen im Büromarkt in den nächsten drei Jahren (Beurteilung der Arbeitgeber)

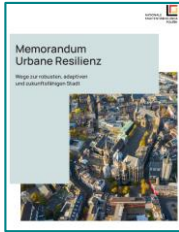
Änderung der Flächenbedarfe



Was passiert gerade in unseren Innenstädten?

Maßnahmen

Maßnahmenmix



Memorandum „Urbane Resilienz – Wege zur robusten, adaptiven und zukunftsfähigen Stadt“



Innenstadtstrategie des Beirats Innenstadt beim BMI: Die Innenstadt von morgen – multifunktional, resilient, kooperativ



Deutscher Bundestag



Bund: Förderung Stadtentwicklung mit 250 Mio. € extra + Länder

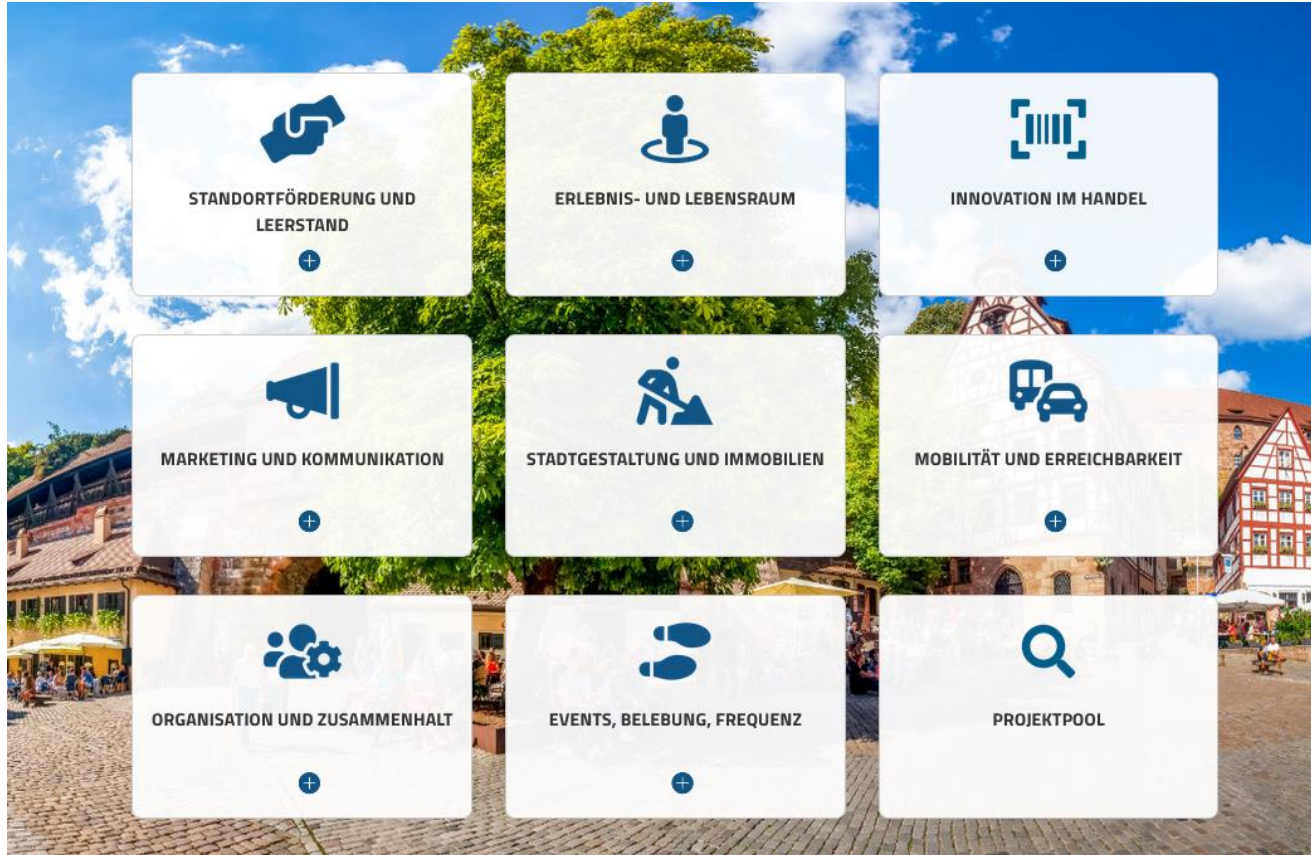


Aufbau eines Stadt & Handel Best-Practice-Datenpool

Stadtimpulse



Best Practice Datenpool



Best Practice Datenpool



Aktion **Aktivierung** Aufenthaltsqualität Belebung Beratung

Corona Digitalisierung Event Finanzierung Frequenz

Frequenzsteigerung Gutscheine Identifikation Image

Imagekampagne Kampagne Kaufkraftbindung Leerstand

Leerstandsmanagement Local Loyalty Marketing

Networking Regionalität Sichtbarkeit Sozialer Zusammenhalt

Standortmarketing Start-Up Städtebauförderung

Unternehmensförderung Wir-Gefühl

Filter

-- KATEGORIE --

Einwohner:

2.000 - 569.400



-- JAHR DER UMSETZUNG--


-- BUNDESLAND --

-- PARTNER --

-- PROJEKTVOLUMEN --

Map-Ansicht | Filter zurücksetzen

Stichwortsuche

 Suchen

Nabburg

Unsere Stadt – Eine
Imagekampagne für die Stadt

Friedrichshafen

#meinHaFN – zeig was dir an
Friedrichshafen gefällt

Kiel

Etablierung Innenstadt-
Management Kiel

Ettingen

Ettingen: Zukunftssichere
Innenstadt Ettingen

Bremen

Wettbewerb Concept-Store

Teuschnitz

Die Marke „Amikastadt
Teuschnitz“

Bocholt

Smarter Handeln Bocholt



Mainz

#mainzgefühl

Karlsruhe


Karlsruhe: Influencer-
Marketing für die Karlsruher
Innenstadt

Best Practice Datenpool

Idee Partner Zertifizierung  Projektpool

[← zurück zur Übersicht](#)

Bernau: Digitales Stadt- und Standortmarketing



Warum Best Practice?

- Vorbildcharakter: Drei Nachbarkommunen haben auf Grundlage des Bernauer-Beispiels ebenfalls virtuelle Stadtrundgänge entwickelt. Momentan wird geprüft, ob diese verknüpft werden können, um mehr Traffic generieren zu können.
- Partnerschaften: Einbindung vieler verschiedener Akteure
- Übergreifendes Konzept: Projekt in Stadtmarketing Konzept 2012 eingebunden

Kategorie(n): Innovation im Handel
Standortförderung und Leerstand

Einwohnerzahl: 40.000

Bundesland: Brandenburg

Jahr der Umsetzung: 2019

Zielstellung

Projektbeschreibung

Projekt-Fahrplan



Partnerschaften

Aufwände

Gut zu wissen




Best Practice Datenpool

Idee Partner Zertifizierung  Projektpool

[← zurück zur Übersicht](#)







Bernau: Digitales Stadt- und Standortmarketing

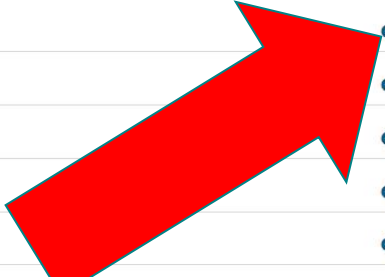


Warum Best Practice?

- Vorbildcharakter: Drei Nachbarkommunen haben auf Grundlage des Bernauer-Beispiels ebenfalls virtuelle Stadtrundgänge entwickelt. Momentan wird geprüft, ob diese verknüpft werden können, um mehr Traffic generieren zu können.
- Partnerschaften: Einbindung vieler verschiedener Akteure
- Übergreifendes Konzept: Projekt in Stadtmarketing Konzept 2012 eingebunden

Kategorie(n):	Innovation im Handel Standortförderung und Leerstand
Einwohnerzahl:	40.000
Bundesland:	Brandenburg
Jahr der Umsetzung:	2019

Zielstellung	
Projektbeschreibung	
Projekt-Fahrplan	
Partnerschaften	
Aufwände	
Gut zu wissen	





Best Practice Datenpool

Zielstellung

Was wollen wir erreichen?

- Erhöhung der digitalen Sichtbarkeit der Bernauer Innenstadt und der Unternehmen abseits eines digitalen Marktplatzes
- Digitales Stadtmarketing: online entdecken und live erleben

Projektbeschreibung

Was ist unser Projekt? Worum geht es?

Das Projekt „Digitales Stadt- und Standortmarketing mittels VR und 360° Ansichten“ verknüpft über einhundert 360°-Aufnahmen der Innenstadt – aus der Luft und am Boden – zu einer interaktiven 360°-Tour. Durch diese Darstellung kann der Nutzer mithilfe seines Desktops, seines Smartphones oder einer VR-Brille in das Geschehen der Stadt Bernau eintauchen. Neben Informationen zur Stadtgeschichte und aktuellen Veranstaltungen werden auch die Gewerbetreibenden der Werbegemeinschaft mit ihren Profilen sowie das UNESCO Welterbe Bauhaus Denkmal Bundesschule Bernau vorgestellt. Die cloudbasierte Anwendung kann jederzeit mit neuen Inhalten, wie Rundgängen und Schnitzeljagden gefüttert und aktualisiert werden.

Nachdem das Baustellenmarketing zum im Oktober 2020 fertiggestellten Rathaus ebenfalls über den 360°-Rundgang abgewickelt wurde, steht für 2021 die touristische Digitalisierung weiterer Ortsteile an.

Projekt-Fahrplan

Wie sind wir vorgegangen?

Die Umsetzungsdauer betrug knapp ein Jahr. Derzeit ist die touristische Digitalisierung der Ortsteile in Umsetzung. Im Mai 2021 werden neue Aufnahmen des Marktplatzes gemacht.

Partnerschaften

Wer war mit im Boot?

Stadtverwaltung; Einzelhandel; Hotellerie / Gastronomie ; Dienstleistungsunternehmen; Kammern und Verbände (IHK, HWK, Handelsverband etc.);

Konkret: Stadt Bernau bei Berlin; Werbegemeinschaft Bernauer Innenstadt (Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleister); Bernau Stadtmitte e.V.; IHK Ostbrandenburg

Aufwände

Das Projekt wurde mit einer Agentur und dem bestehenden Personal der BeSt Bernauer Stadtmarketing GmbH innerhalb eines knappen Jahres umgesetzt. Der Aktualisierungsaufwand beträgt rund 5 Arbeitsstunden im Monat.

Gut zu wissen

Unsere Tipps für Nachahmer

Ein passendes Konzept über die Inhalte ist neben einer gesicherten Anschubfinanzierung von großer Bedeutung.

Links

Projekthomepage

Kontakt

BeSt Bernauer Stadtmarketing GmbH



Best Practice Datenpool

Initiatoren



DStGB

bcsd

Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.



cima.



Förderer



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Partner

 Deutscher Tourismusverband	 Deutscher Industrie- und Handelskammertag	 Haus & Grund* Experten. Nicht. Gemeinsam.	 Die Immobilienwirtschaft		 Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel e.V.	
 City-Management-Verband Ost e.V.	 Institut für City- und Regionalmanagement Regensburg e.V.	 ZENTRALVERBAND DES DEUTSCHEN HANDELS	 Die Landschaftsgärtner Der Experten für Garten & Landschaft			
			 Light. Eben. Hot.		 Wir stiften Zukunft!	
		 für Dich und Deine Stadt.				
 Ein Unternehmen der Immobilien Zeitung	 PeCo Systemtechnik GmbH			 Rechtsanwälte Partnerschaft mbB		

Best Practice Datenpool

Idee: „Abgucken erlaubt!“

- Umgesetzte Best-Practice-Maßnahmen
- von Kommunen aus dem ganzen Bundesgebiet
- aus acht verschiedenen Themenclustern
- ausgewählt und zertifiziert von einer Fachjury
- transparent aufbereitet
- getragen von starken Partnern:



Das zertifizierte Best-Practice-Logo

Vielen Dank

Michael Reink

Bereichsleiter Standort- und Verkehrspolitik
Handelsverband Deutschland (HDE)

Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin



@M_Reink