

CONVENT Mensing

Special: Was kommt, wenn Corona geht?

- **Zukunft des Handels und der (Stadt-)Zentren – mögliche Entwicklungsszenarien und Handlungsempfehlungen**

Das Coronavirus wird Konsequenzen für die (Stadt-)Zentren haben. Welche Entwicklungsszenarien sind wahrscheinlich – und was können Kommunen, Gewerbetreibende und Eigentümer tun?

CONVENT Mensing unterstützt Sie – von der Analyse bis zur Maßnahmenumsetzung. Ein Gespräch oder Vor-Ort-Check Ihres Zentrums mit dem Blick von außen kann häufig neue Impulse bringen.

Wir kümmern uns um Ihr Zentrum.

Das Coronavirus krempelt das wirtschaftliche und gesellschaftliche Leben derzeit komplett um – mit negativen, aber möglicherweise auch mit positiven Folgen. **Dies betrifft aufgrund des Lockdowns in hohem Maße Handel, Gastronomie und Kultur in den Zentren und somit die Zukunft der Innenstädte und Ortskerne.**



Quelle: Stadtmarketing Bramsche

Dabei trifft das Virus auf bereits laufende Prozesse wie den Strukturwandel im Handel, den Onlinehandel, verändertes Kundenverhalten, Nachfolgeprobleme inhabergeführter Geschäfte usw.

Hier sind seit Jahren **Trading-down-Prozesse** zu beobachten, deren Konsequenzen während des Lockdowns stärker wahrgenommen wurden, da die Fußgängerzone leer war und das Lieblingsgeschäft um die Ecke geschlossen hatte. Derzeit laufen die Geschäfte wieder an – die Kundenfrequenzen liegen jedoch noch auf niedrigem Niveau.

Der durch das Coronavirus erzwungene Lockdown hat allerdings – neben negativen Folgen – in kurzer Zeit auch Positives bewirkt: auf Seiten des Handels eine stärkere Digitalisierung, den Aufbau von lokalen Online-Plattformen, neue Lieferservices, eine verstärkte Kundenansprache („Wir sind noch für Euch da!“) etc. Und auf Seiten der Bevölkerung insbesondere in gewachsenen (Stadt-) Zentren mit einem noch inhabergeführten Geschäftsmix eine höhere Wertschätzung: Die Menschen kümmern sich um ihren Lieblingsladen und ihr Lieblingsrestaurant, nutzen Buy-local-Plattformen, kaufen Gutscheine etc. – unterstützt durch die Medien und sozialen Netzwerke.



- **Was bleibt, wenn Corona geht? Welche Entwicklungsszenarien sind wahrscheinlich – und was können die Kommunen tun?**

- **Bewirkt dieser „heilsame Schock“ bei Handel und Kunden, dass ein „Ruck“ durch die Einkaufslandschaft geht, der zu dauerhaften positiven Verhaltensänderungen führt?** Mehr Wertschätzung für den lokalen Geschäftsbesatz, bewusstere Einkaufsgewohnheiten, stärkere Onlineaktivitäten auch kleiner Geschäfte plus höhere Kundenorientierung.
- **Oder werden durch das Virus (bereits vorher) nicht mehr wettbewerbsfähige Geschäfte aufgeben müssen – und die Kunden kaufen noch mehr bei Amazon & Co.?** Orientieren sich die Kundenströme dauerhaft um? Und was passiert mit der Gastronomie, die vor Corona ein wichtiger Frequenzbringer war?
- **Bewegt das Virus die Kommunen zu einem aktiveren Handeln und zu einem strategischen Besatzmanagement – und Eigentümer zu moderateren Mietsteigerungen?** Und was können die Zentren neben Geschäften noch an Mehrwert bieten, um mit einem attraktiveren Mix die Menschen wieder zum Bummeln und Shoppen zu locken?

Zentrenrelevant waren viele Geschäfte schon immer, zumindest für die Stadtplanung. Vielleicht werden diese jetzt systemrelevant – für Kommunen und Konsumenten.

„Was kommt, wenn der Handel geht?“¹ Die Leitfunktion des Handels wird zukünftig weiter abnehmen – es wird weniger Geschäfte geben, was einerseits mehr Leerstände bedeutet, es andererseits auch ermöglicht, Nutzungen, die der Handel verdrängt hat, zurückzugewinnen: von Kultur und

¹ Vgl. Mensing, Klaus (2019): Was kommt, wenn der Handel geht? Neue Nutzungen für Zentren mit Zukunft. In: STANDORT Zeitschrift für Angewandte Geographie, S. 192-197.

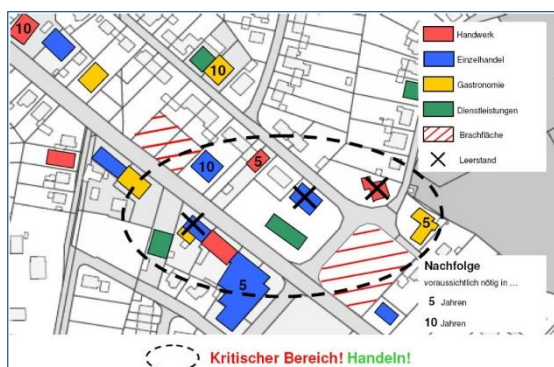
Freizeit über kleine Handwerksbetriebe bis zum Wohnen, wobei insbesondere die Wohnnutzung durch die Kommune aktiv gesteuert werden kann. **Die Zentren werden zudem zukünftig kompakter sein müssen: mit einer vitalen Mitte, wo „etwas los ist“.** In den Randlagen ist entsprechend Rückbau zu betreiben, indem z.B. leere Geschäfte zu Wohnungen umgebaut werden.

Diese Transformation muss durch die Kommunen strategisch gesteuert werden, indem neben klassischen Maßnahmen zur Besitzstärkung gezielt neue Nutzungen außerhalb des Handels angesiedelt werden, die durch neue Zielgruppen und zusätzliche Frequenz den Handel unterstützen: öffentliche Einrichtungen wie z.B. eine Kita oder eine Bücherei, Coworking-Spaces (als Alternative zum Homeoffice), Gesundheit / Fitness oder Handwerk und urbane Produktion. Dadurch kann die Attraktivität des Zentrums als urbaner Marktplatz mit neuen Aufenthalts-, Kommunikations- und Erlebnisqualitäten erhöht werden.² **Die Zentren sind neu zu denken.**

► Was können die Kommunen tun? Handlungsempfehlungen

Die drei wichtigsten Empfehlungen: Analyse, Dialog und aktives Steuern und Umsetzen.

a) **Analyse:** Wie ist die Lage der Geschäfte im Zentrum? Welche könnten in den nächsten Jahren schließen, z.B. aufgrund fehlender Nachfolge? Dies lässt sich mit überschaubarem Aufwand in einer kleinen Runde im Rathaus anhand einer Besatzkarte ermitteln. Hier hilft die **Alters-Leerstands-Karte** aus der ToolBox Ortskernentwicklung, in der absehbare Geschäftsschließungen visualisiert werden.



Quelle: Landkreis Osnabrück

² Vgl. die Ergebnisse der Ad-hoc-Arbeitsgruppe „Zukunft der (Stadt-)Zentren ohne Handel? Neue Impulse und Nutzungen für Zentren mit Zukunft“ der LAG Nordwest der Akademie für Raumentwicklung in der Leibniz-Gemeinschaft (ARL) (in Vorbereitung).

b) **Dialog**, v.a. mit Eigentümern und Geschäftsleuten, aber auch mit Vereinen, Institutionen, Kirche, „kreativen Stadtmachern“ und Bewohner*innen, **um gemeinsam eine Strategie zu erarbeiten**, wie das Zentrum in 3 bis 5 Jahren aussehen soll, welche Geschäfte dann noch vorhanden sind, welche Zielgruppen sich dann dort aufhalten, welche Angebote gewünscht sind usw.



Quelle: City-Offensive Bramsche, Foto: CONVENT Mensing

c) **Steuern und Umsetzen:** Die Kommunen müssen aktiver den Geschäftsbesatz und die Nutzung einzelner Grundstücke steuern: z.B. durch den strategischen Erwerb von Schlüsselimmobilien, um den zukünftigen Besatz als Vermieter steuern zu können, auch für öffentliche oder gemeinwohlorientierte Nutzungen, die frische Frequenz ins Zentrum bringen.



Foto: Arndt Hauschild

Transformation in Gestalt des Umbaus von Immobilien kostet Geld. Insofern ist es wichtig, **Beratungsangebote und ein lokales Förderprogramm** aufzulegen, um Eigentümer und Gewerbetreibende zur Anpassung ihrer Geschäftsflächen zu bewegen – und mögliche Miet- / Renditedifferenzen zwischen Handels- und neuer Nutzung zu überwinden.

Fazit: Zentrenentwicklung und -transformation müssen zukünftig als Teil der Daseinsvorsorge begriffen werden und somit zu den Kernaufgaben kommunaler Verwaltungen und Politik zählen. Dabei ziehen Kommune, Eigentümer und Gewerbetreibende sowie die Bevölkerung an einem Strang, wenn es um lebendige Zentren, werthaltige Immobilien, gute Geschäfte und ein attraktives Einkaufserlebnis geht.