

CONVENT Mensing

► Special „Neue (Zwischen-) Nutzungen für die City“

- Anmietung leerer Geschäftsflächen durch die Kommune und günstige Weitervermietung
- Strategie, Vorgehen, erfolgreiche Beispiele

Haben Sie Leerstände in guter Innenstadtlage? Und wollen Sie aktiv Ihre Innenstadt aufwerten?

Dann sprechen Sie gerne CONVENT Mensing an. Wir haben aktuelle Erfahrungen und kennen gute Beispiele. Wir wissen, wie es funktioniert und unterstützen Sie dabei, Ihr Zentrum neu zu beleben.

► Aktuelle Trends

Die langjährigen Trends im Handel, verstärkt durch den Onlinehandel und aktuell die Corona-Pandemie, haben den Handel in den Zentren unter Druck gesetzt – es kommt zunehmend zu Geschäftsaufgaben und Leerständen. **Hier sind frische Ideen und Initiativen zur Belebung der Innenstädte notwendig, wobei der Impuls von den Kommunen kommen muss.** Sicher, Immobilien und Geschäfte zählen zur Privatwirtschaft. Andererseits ist die städtebauliche Entwicklung des Zentrums eine kommunale Aufgabe, eine vitale Mitte die Visitenkarte der Kommune. Was liegt näher, als dass Kommunen und Eigentümer*innen gemeinsam neue Instrumente für die Zukunft der Zentren erarbeiten und umsetzen?

► Was tun? Erfolgreiche Strategien

In bestehenden Förderprogrammen geht es meist um Maßnahmen im Bestand: Aufwertungen von Geschäften, Immobilien und öffentlichem Raum. Wenn nun die Leerstände zunehmen, **geht es darum, Anreize zu schaffen, um neue Geschäfte und damit neue Zielgruppen und Frequenz in die Innenstädte und Ortskerne zu locken:** als Zwischen- oder Pop-up-Nutzung, aber auch durch attraktive Rahmenbedingungen für Start-ups mit dauerhafter Perspektive.

Wie kann das funktionieren? Zunehmend ergreifen Kommunen die Initiative und fördern aktiv Neuansiedlungen in leerstehenden Geschäftsräumen: in Form von **Starthilfen durch Anmietung der Flächen und günstige Weitervermietung** sowie Unterstützung bei Marketing und Öffentlichkeitsarbeit: eben klassische Wirtschaftsförderung. In einigen Kommunen beteiligen sich die lokalen Kreditinstitute an der Mietreduzierung, da sie über ihre Immobilienabteilungen Interesse an einem funktionierenden Immobilienmarkt haben.

CONVENT Mensing kennt erfolgreiche Beispiele (siehe Rückseite). Zudem begleiten wir derzeit in Verden (Aller) den **Wettbewerb „Probierstadt Verden“**, bei dem die Stadt leere Immobilien

anmietet und sie Zwischennutzern und Neugründungen für 2 bis 6 Monate kostenlos zur Verfügung stellt,

um neue Geschäftsideen auszuprobieren. **Zielgruppen** sind Start-ups sowie kreative und etablierte Anbieter aus Handel, Dienstleistungen, Handwerk sowie Kunst und Kultur. Nach gut drei Monaten Vorlauf (Gespräche mit Eigentümern, Ausschreibung, Vorprüfung Bewerber etc.) hat die Jury im August **6 Bewerber für 3 leere Flächen** ausgewählt: Handel, Dienstleistungen und Kunst.

➔ www.verden.de/probierstadt

Dafür ist kein riesiges Budget notwendig: Nehmen Sie die Miete für zwei oder drei leere Geschäfte in Ihrer Innenstadt, bieten Sie als Anreiz einen 30 %igen kommunalen Mietzuschuss und überzeugen Sie den Eigentümer, dass er mit weiteren 30 % Nachlass die Vermarktungschancen seiner Immobilie deutlich verbessert. Rechnen Sie dies für ein halbes Jahr hoch und **überlegen Sie, welche positiven Effekte sich für die vorhandenen Geschäfte und Ihre 1 A-Lage insgesamt ergeben können, wenn neue Anbieter auftreten:** etablierte Geschäfte, aber auch Neugründungen, die sich bisher keine eigenen Geschäftsräume leisten können, gleichwohl eine tolle Geschäftsidee haben, die sie eventuell von zu Hause oder in einem Onlineshop bereits erfolgreich vermarkten.

► Wie lässt sich diese Idee umsetzen?

1. Laden Sie die Eigentümer ausgewählter Leerstände (wichtige Lage in Ihrem Zentrum) sowie relevante Innenstadtakeure (darunter Makler) zu einer **Werkstatt** ein und stellen Sie Ihre Idee vor. Das Ziel: zwei bis drei Eigentümer, die bereit sind, ihre Flächen für 2 bis 6 Monate günstiger anzubieten.
2. Mobilisieren Sie **Haushaltsmittel** für den kommunalen Anteil. Sprechen Sie die lokale Presse an, um die Aktion mit einer **Pressekampagne** zu begleiten. Weitere Unterstüt-

Verden 
Probierstadt

zung bei PR sowie die Vernetzung mit lokalen Wirtschaftsakteuren sind üblicherweise Leistungen des „Starter-Paketes“.

3. Formulieren Sie einen anregenden **Ausschreibungstext** mit Nutzungszeitraum und Bewerbungsfrist und kommunizieren Sie diesen über die Presse, **auf der Gemeinde-Homepage sowie via Facebook & Co.**
4. Vereinbaren Sie **Gespräche mit den Bewerbern in den relevanten leeren Immobilien**; schauen Sie, wer am besten auf welche Fläche passt – ggf. auch in Kombination. Denn auf eine Fläche von 90 m² passen durchaus z.B. ein Start-up mit digitalen Landkarten, eine Künstlerin und ein kleiner Weinladen.
5. Abschließend folgen die **Mietverträge** (mit Stadt oder Eigentümern) und ggf. die Herrichtung der Flächen – **und los geht's.**

Wenn die Aktion Erfolg hat – und Sie werden bestimmt Bewerbungen erhalten, denn für die Unternehmen ist das Risiko finanziell vergleichsweise gering – werden sicher weitere Eigentümer in der zweiten Runde mitmachen.

► **Haben Sie Leerstände in guter Innenstadtlage, die sich für die genannten Zielgruppen eignen? Und wollen Sie aktiv Ihre Innenstadt aufwerten?**

► **Dann sprechen Sie gerne CONVENT Mensing an.** Wir haben aktuelle Erfahrungen und kennen gute Beispiele. Wir wissen, wie es funktioniert und haben entsprechende Projektbausteine parat, die wir auf Ihre Kommune anpassen können.

► Je nachdem, wieviel Zeit und Kreativität Sie selbst aufwenden können, kalkulieren Sie für die **Unterstützung durch CONVENT Mensing** in der Konzept- und Startphase (Schritte 1 bis 5) ein Honorar von circa 5.000 bis 7.500 € netto.

► **Unser Angebot: Wir kommen zunächst zu einem unverbindlichen und kostenlosen Gespräch zu Ihnen.**

Klar – diese Aktion kostet Geld. Und die kommunalen Haushaltsmittel sind angesichts Corona auch bei Ihnen derzeit sicher nicht im Überfluss vorhanden. Werden Sie und die Eigentümer allerdings nicht aktiv, nehmen die Leerstände weiter zu, verringern sich die Werte der Immobilien und Ihr Zentrum insgesamt verliert an Attraktivität. Es wird immer schwieriger, eine Revitalisierung anzuschieben. **Rechnen Sie einmal Mietverluste der Eigentümer und Umsatzverluste der noch vorhandenen Anbieter aufgrund rückläufiger Frequenz dagegen.**

► Erfolgreiche Beispiele

- Die IHK-Initiative „**Lokalhelden Celle**“ gab 2014 jungen Unternehmer*innen die Chance, ihre Geschäftsidee in einem Ladenlokal in der City zu realisieren. Die Bewerber mussten zunächst ein Motivations schreiben mit ihrer Geschäftsidee einreichen. Anschließend wurde der Businessplan erstellt – unter Begleitung der IHK Lüneburg-Wolfsburg. Die Gewinnerin hat die Bar „Celle was geht – Die Bar“ eröffnet (existiert noch). Die IHK richtete den Wettbewerb gemeinsam mit Stadt Celle, Presse, Kreditinstituten, Wirtschaftsclub Celle u.a. aus. (Quelle: IHK)



- Die Stadt Stadthagen hat beim **Gründerwettbewerb START STADTHAGEN 2018/19** insgesamt 14 Bewerbungen erhalten. Die Jury hat 3 Gewinner prämiert: ein Café, eine Design-Möbel-Manufaktur und eine Kindertagespflege. Das Projekt erreichte den 2. Platz beim Award „Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort“ des Nds. Wirtschaftsministeriums 2019. Derzeit läuft die 2. Auflage. (Quelle: Stadt Stadthagen)



- Das **Pop-up HUUS Elmshorn** für Start-ups und Kreative ist im Herbst 2019 in einem ehemaligen Blumengeschäft in der City gestartet. Die Miete wurde durch den Eigentümer sowie Zuschüsse der VB Immobilien und Haus & Grund von 1.000 € auf 250 € reduziert. Erstnutzer waren ein Fashion Label, ein Kunsthandwerker sowie ein Craft-Beer-Anbieter. Die Nutzer wechseln alle 4 Wochen. Das Projekt läuft sehr gut, jetzt bereits mit der dritten Ladenfläche. (Foto: Stadtmarketing Elmshorn)



- Der **Pop-up-Regionalladen in Osnabrück** umfasste 4 leere Geschäfte in der Theaterpassage, in denen Produzenten aus Osnabrück und Region im September 2019 unter dem Label „Zwischenzeit“ ihre Produkte präsentierten und verkauften: Naturkosmetik, Papier-Design, Honigprodukte, Literatur von Osnabrücker Autor*innen etc. Die Läden wurden vom städtischen Projektbüro Wirtschaftsförderung 4.0 angemietet. (Quelle: Osnabrück-Marketing und Tourismus GmbH)

