

Strategisches Leerstandsmanagement



Erfolgreiche Strategien und Projekte zur Reaktivierung von gewerblichen Leerständen und zur nachhaltigen Standortentwicklung

Strategisches Leerstandsmanagement

Erfolgreiche Strategien und Projekte zur Reaktivierung von gewerblichen Leerständen und zur nachhaltigen Standortentwicklung

| Good Practice Reader der Innovationsagentur Stadtumbau NRW |

Bearbeiter:

Dipl.-Ing. David R. Froessler
Dipl.-Ing. Torsten Wiemken
M.Sc. Geogr. Hendrik Jänsch

Innovationsagentur Stadtumbau NRW
Talstraße 22-24
D - 40217 Düsseldorf

Fon: +49 211 5 444 866
Fax: +49 211 5 444 865

eMail: info@StadtumbauNRW.de

Düsseldorf | November 2009



Strategisches Leerstandsmanagement

[Einleitung]	10
Innenstädte und Nebenzentren sehen sich mit Funktionsverlusten und einer steigenden Zahl von Leerständen konfrontiert.	
[Die Entstehung von Leerständen]	13
Wodurch werden Leerstände charakterisiert? Wie unterscheiden sich Leerstände? Wo liegen ihre Entstehungsursachen?	
[Das Instrument des Strategischen Leerstandsmanagements]	19
Ein erfolgreiches Leerstandsmanagements setzt sich aus verschiedenen Arbeitsschritten zusammen. Diese reichen von der aktiven Vermarktung von Leerständen über eine Neuausrichtung und Profilierung eines Standorts bis zu dessen Vermarktung	
[Maßnahmen und Strategieelemente]	25
Ein Leerstandsmanagements kann auf unterschiedlichen strategischen Ansätzen beruhen und verschiedene Maßnahmen beinhalten	
[Rechtliche Fragen bei Zwischennutzungen]	29
Insbesondere mit Zwischennutzungen gehen einige rechtliche Fragestellungen und Probleme einher, die von der Nutzungsänderung bis zum Abschluß von Überlassungsverträgen reichen	

Projektbeispiele

[Projekttypen]	32
Zwischen welchen unterschiedlichen Projekttypen ist zu unterscheiden?	
[Projektübersicht]	34
Kurzbeschreibung der Einzelprojekte	
[Gelsenkirchen-City]	40
Stärkung der Innenstadt durch Stadtumbau	
[Innenstadtoffensive Neustadt an der Weinstraße]	42
Eigentümer und Nutzer mit innovativen Elementen vernetzen	
[ISG Graf-Adolf-Straße]	44
Standortbelebung durch abgestimmte Aufwertungsmaßnahmen	
[ISG Hauptstraße Winterberg]	46
ISG als Instrument zur Einbindung von Akteuren in die Standortentwicklung	
[Zwischennutzungsagentur Wuppertal]	48
Temporäre Nutzungen als Beitrag zur Leerstandsbelebung	
[Zwischennutzungsagentur Berlin]	50
Gründung einer Agentur zur Leerstandsaktivierung	

[Leben findet Innen Statt] Betreiberverträge für öffentliche Schlüsselimmobilien	52
[Guck a Mol] Offensive Präsentation der Leerstände	54
[Wir füllen Leerstände] Events zur Nachfolgersuche und Jugendförderung	56
[Runter vom Sofa - mach deinen Laden] Zukunftsfähige Geschäftsideen durch Existenzgründungen	58
[Innenstadtkarrees] Leerstands- und Standortentwicklung im Stadtumbau West	60
[Bücherdorf] Branchenspezialisierung als Impuls für den Aufschwung	62
[Projektbüro Unternehmergeist] Leerstandsmanagement durch ein Beratungsunternehmen	64
[GIS-basiertes Flächeninformationssystem] Internet als Instrument der Standortentwicklung	66
[Das Pixelhotel] Ein Hotel mit Zimmern an ungewöhnlichen Orten	68
[Der Laden] Künstler und Designer verkaufen ihre Werke in Leerständen	70
[Moki Azubi-Shop] Auszubildende leiten selbstständig ein Geschäft	72
[Leerstand überbrücken] Zum Abriss geplantes Haus wird mit Zwischennutzungen belebt	74
[Cafe Moskau] Volkseigenes Restaurant wird zur Party-Location	76
[Residenzpost] Standortprofilierung durch höherwertige Zwischennutzer	78
[Rückbau von Schlüsselimmobilien] Neue Frei- und Einzelhandelsflächen in der Innenstadt	80

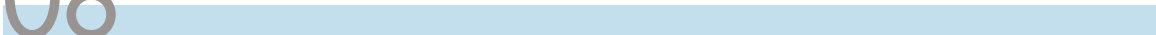
[Kunstschauenster]	82
Künstler und Designer beleben Leerstände mit ihren Werken	
[Forum Troisdorf]	84
Parzellierung der Einzelhandelsflächen im ehemaligen Hertie-Kaufhaus	
[Bibliothek im Bahnhof]	86
Die Stadtbibliothek als neuer Frequenzbringer	
[Altes Textilkaufhaus]	88
Modewaren im Gebäude der Volkssolidarität	
[Umnutzung eines Geschäftshauses]	90
Behindertengerechte Wohnungen im ehemaligen Autohandel	
[Stilmix]	92
Kooperation zur Existenzsicherung	
[Das Unperfekthaus]	94
Existenzgründer und Künstler im ehemaligen Kloster	
[Cafebar im Brückenhäuschen]	96
Öffentlich-private Kooperation zur Standortsicherung	

Fazit

[Fazit]	101
---------	-----

Annex

[Anhangverzeichnis]	105
[Leerstands-Erfassungsbogen]	106
[Einverständniserklärung Erfassung]	109
[Quellennachweis und weiterführende Literatur]	110
[Links und weiterführende Informationen zu den Beispielen]	111
[Bildnachweis]	116
[Impressum]	121



Strategisches Leerstandsmanagement

Kapitel I

Strategisches Leerstandsmanagement

Einleitung



Leerstehendes Kaufhaus in Hamm mit hoher negativer Signalwirkung...

[Einleitung]

Der wirtschaftliche und demografische Wandel sowie damit einhergehende Schrumpfungsprozesse sind in den vergangenen Jahren zu dominierenden Themen in der Stadtentwicklung und Stadtentwicklungsforschung geworden. Mit den kontinuierlichen Veränderungen von Gesellschaft und Wirtschaftsstrukturen geht stets auch ein Wandel des Konsumverhaltens einher, der sich in einem anhaltenden Strukturwandel des Einzelhandels und dessen Standorten niederschlägt.

Die aktuellen gesellschaftlichen Trends und Entwicklungen, wie die Individualisierung und moderne Informationsmöglichkeiten, haben zu einem Aufstieg neuer Handelsformate geführt. In allen Städten, unabhängig von deren Größe, lässt sich ein Wandel von kleinflächigen, oftmals inhabergeführten Fachgeschäften zu filialisierten Fachmärkten und Discountern beobachten. Diese neuen Betriebsformen benötigen u. a. jedoch deutlich größere Ladenflächen als die Fachhändler. Die Ursachen für die veränderten Anforderungen an die Ladenflächen liegen im Wesentlichen in einer erheblich größeren Sortimentstiefe und -breite als sie in Fachgeschäften möglich ist sowie in der Art der Warenpräsentation begründet. Ein gutes Beispiel für diese Entwicklung bilden Elektrofachmärkte, die beispielsweise sehr viele verschiedene Modelle eines Produkts [z.B. Fernseher] führen und die zugleich das Sortiment mehrerer Fachgeschäfte abdecken [Elektrofachgeschäft, Plattenladen, etc.].

Diese Flächenanforderungen des modernen Einzelhandels lassen sich vielfach in den kleinteiligen Strukturen historisch gewachsener Innenstädte nicht mehr ausreichend befriedigen. Daher ist es zum einen zu der, mittlerweile wieder stark eingeschränkten, Expansion auf der so genannten Grünen Wiese in den 1960er bis 1990er Jahren gekommen und zum anderen in der jüngeren Vergangenheit und Gegenwart zur massiven Ansiedlung von Einkaufszentren in Innenstädten und Stadtteilzentren. Solche Handelsimmobilien ermöglichen es, unabhängig von ihrem Standort, großflächigen Anbietern geeignete Flächen zur Verfügung zu stellen. Jedoch benötigen Einkaufszentren einen attraktiven Branchenmix, weshalb auch viele Kleinflächenkonzepte in solche Center ziehen, obwohl ihre Ansprüche an die Ladenfläche auch in den kleinteiligen Strukturen der Innenstädte erfüllt werden könnten.

In der Konsequenz sind in nahezu allen Städten in den zentralen Geschäftsbereichen vermehrt Ladenleerstände feststellbar. Davon sind zumeist zunächst Rand- und Nebenlagen der Innenstädte sowie die Stadtteilzentren betroffen. Insbesondere das Erscheinungsbild von Stadtteilzentren in sozial benachteiligten Quartieren ist vielfach von

Einleitung

erheblichen Ladenleerständen und Unternutzungen, wie Telecafés, I-Euro-Shops und Spielotheken, geprägt.

Die Belebung von Ladenleerständen und das Verhindern von trading-down-Prozessen ist, auch vor dem Hintergrund des voranschreitenden Kaufhaussterbens und dem damit einhergehenden Verlust von für die Funktionsfähigkeit von Zentren wichtigen Frequenzbringern, zu einem wichtigen Handlungsfeld der Stadtentwicklung geworden. Zugleich besteht jedoch das Problem, dass gerade die Städte und Gemeinden, die unter der kommunalen Finanznot besonders zu leiden haben, Initiativen zur Aufwertung und Instandhaltung ihrer Geschäftsbereiche häufig zurückstellen müssen. Diese Standorte sehen sich deshalb auch mit einem zunehmenden Bedeutungsverlust konfrontiert. Infolge mangelhafter öffentlicher Investitionen sinkt dort auch die Bereitschaft privater Eigentümer, in die Aufwertung des Standortes zu investieren.



Im Rahmen des Stadtumbaus
aktuell ersetzt durch hoch-
wertige Neubebauung



Der Stadtumbauladen im
westfälischen Steinheim

Die Gefahr einer solchen Entwicklung wirft die Frage auf, mit welchen Konzepten, Strategien und Projekten diesen strukturellen, demografischen und wirtschaftlichen Veränderungen wirkungsvoll begegnet werden kann. Generell bedarf es hierzu gezielter Strategien und Konzepte, die an den jeweiligen Standort angepasst und auf ihre lokale Umsetzbarkeit überprüft werden müssen. Klar ist dabei, dass eine Belebung der Leerstände jedoch nicht nur über die Ansiedlung neuer Einzelhandelsgeschäfte funktionieren kann, sondern es vielmehr einer umfassenden Neuausrichtung, gerade von Nebenlagen, bedarf, um im Wettbewerb mit anderen Standorten zu bestehen.



Einleitung



Ein neues Ladenkonzept im
Gelsenkirchener Stadtum-
baugebiet Tossehof

In den vergangenen Jahren wurden unterschiedliche Konzepte zum Umgang mit Leerständen entwickelt und erprobt. Als ein wesentliches Instrument hat sich dabei das Leerstandsmanagement etabliert, bei dem öffentliche und private Akteure in Form einer Public-Private-Partnership gemeinsam Strategien zur dauerhaften Stärkung des Standortes entwickeln.

Dieser Good-Practice-Reader stellt, anschließend an eine kurze Darstellung der Leerstandsproblematik und ihrer Ursachen sowie der Vorstellung von Strategien und Instrumenten des Leerstandsmanagements, verschiedene Beispiele für die erfolgreiche Beseitigung von Leerständen vor. Diese reichen von der kurzfristigen Kaschierung von Leerständen sowie der Ansiedlung vorübergehender Nutzungen [Zwischennutzungen] über die Erprobung alternativer Miet- und Nutzungskonzepte bis hin zu einer Etablierung neuer Nutzungen und zu der Neuausrichtung eines ganzen Standorts durch die gezielte Förderung von Spezialisierungen und die Nutzung endogener Potenziale.

Anhand dieser Beispiele und der im Rahmen der laufenden Modellprojekte der Innovationsagentur Stadtumbau NRW in der Stadt Steinheim und in Arnsberg-Hüsten gewonnenen Erfahrungen werden abschließend Handlungsansätze zum Aufbau und zur inhaltlichen Ausrichtung eines Leerstandsmanagements abgeleitet.

Brühl – Die ehemalige
Prachtmeile von Chemnitz



Entstehung von Leerständen

[Die Entstehung von Leerständen]

Als Leerstand wird allgemein die Fläche einer Immobilie, die nicht vermietet ist bzw. für die es gegenwärtig keine Nutzung gibt, bezeichnet. Da dieser Reader auf den Umgang mit gewerblichen Leerständen fokussiert, werden in dieser Publikation unter Ladenleerstand sämtliche ungenutzte Ladenlokale und Gewerbeflächen zusammengefasst, unabhängig davon, ob in diesen Immobilien zuvor Einzelhandel oder eine andere Nutzung ansässig war.

Die Häufung leer stehender Ladenlokale in einer Geschäftsstraße oder an einem Standort ist ein deutlich sichtbares Indiz für den Bedeutungsverlust einer Geschäftslage. Durch das unattraktive Erscheinungsbild von dauerhaften Leerständen verlieren Standorte zudem weiter an Attraktivität, was sich wiederum negativ auf die Kundenfrequenz und damit auch auf die umliegenden Geschäfte auswirkt.

Die Umkehrung solcher Trading-Down-Prozesse, d.h. der voranschreitenden Abwertung von Standorten, stellt vielerorts die zentrale Herausforderung der zukünftigen Entwicklung von innerstädtischen Geschäftsbereichen und Stadtteilzentren dar. Bis in die 1990er Jahre ließen sich derartige Entwicklungen sowie das verstärkte Auftreten von Ladenleerständen nahezu ausschließlich in Randlagen beobachten. Seit einigen Jahren verstärken sich Ladenleerstände aber auch in den zentralen Geschäftslagen, insbesondere von Kleinstädten, und in Stadtteilzentren. In Städten mit weniger als 50.000 Einwohnern liegt die durchschnittliche Leerstandsquote, laut einer Auswertung der Cima, momentan bei rund 11%.

Entstehungsursachen von Leerständen

Die Gründe für die Entstehung von Ladenleerständen sind sehr vielfältig. Auf der einen Seite entsprechen die Ladenflächen vielfach nicht mehr den Anforderungen des modernen Einzelhandels. Auf der anderen Seite gibt es jedoch durchaus eine Vielzahl an innovativen Handelsformaten sowie unterschiedlichste Nutzungen abseits des klassischen Einzelhandels, die die kleinteiligen Flächen leerstehender Ladenlokale nutzen könnten. Das Auftreten von gewerblichen Leerständen liegt also nicht nur in Flächengrößen und -zuschnitten begründet, sondern hängt zu wesentlichen Teilen auch von der Professionalität und Innovationsfreude ansässiger Einzelhändler sowie von der Flexibilität der Immobilieneigentümer bei der Vermietung ihrer Ladenlokale ab.

Eine typische Ursache dafür, dass es vorwiegend in kleinen und mittelgroßen Städte zu erheblichen Ladenleerständen an traditionellen



Beginnende Leerstandstendenzen erfordern in Bochum-Wattenscheid Gegensteuern

Zunahme von Ladenleerständen

Vielfältige Ursachen für Leerstände erfordern differenzierte Antworten

Entstehung von Leerständen



Umfassende Aufwertungen -
hier in Gevelsberg - belasten
verbliebenen Handel sehr

Rückgang der Kundenfre-
quenzen als Auslöser von
Leerständen

Nutzung eines leerstehenden
Ladenlokals in Steinheim zur
Arbeit mit Händlern

Veränderte Flächenanfor-
derungen und Center-
Expansion

Handelsstandorten kommt, ist der Mangel an adäquaten Nachfolgern für kleine, inhabergeführte Fachgeschäfte. Der traditionelle Generationenwechsel innerhalb einer Familie wird aufgrund unterschiedlichster Faktoren immer seltener praktiziert. Da sich auch für wirtschaftlich gesunde Unternehmen oftmals keine geeigneten lokalen Interessenten finden, geht die Zahl der mittelständischen Fachhändlern bei jedem Generationenwechsel folglich deutlich zurück. Zugleich ist jedoch auch zu beachten, dass ein erheblicher Teil der Fachgeschäfte, deren Tätigkeit im Rahmen eines Generationenwechsels eingestellt wird, sich nicht mehr wirtschaftlich betreiben lassen.

Neben den strukturellen Problemen des inhabergeführten Einzelhandels lässt sich in vielen Geschäftsstraßen ein starker Rückgang der Kundenfrequenzen innerhalb eines kurzen Zeitraums als ein zentraler Auslöser für ein vermehrtes Auftreten von Leerständen ausmachen. Solche Einbrüche der Kundenfrequenzen liegen vielfach in der Schließung eines Frequenzbringers am betroffenen Standort oder im Auftreten neuer Konkurrenzstandorte [z.B. Neuerrichtung von Einkaufszentren oder massive Flächenexpansion an Konkurrenzstandorten] begründet. Vielerorts lässt sich als weitere Ursache für den Niedergang von ehemals etablierten Standorten der mit dem demographischen Wandel und dem Strukturwandel einhergehenden Rückgang der Bevölkerungszahlen sowie eine sinkenden Kaufkraft im Einzugsgebiet beobachten.



Der anhaltende Strukturwandel im Einzelhandel [s. nachfolgender Exkurs "Strukturwandel im Einzelhandel"] verschärft diese Probleme des inhabergeführten Einzelhandels in den tradierten Geschäftslagen zusätzlich. Die Nachfrage nach immer größeren Ladenflächen – zunächst für SB-Warenhäuser, später vor allem für Fachmärkte – hat in den 1960er bis 1990er Jahren zu einem massiven Flächenwachstum

Entstehung von Leerständen

in Form von neuen Einkaufs- und Fachmarktzentren in peripheren Lagen geführt. Ende der 1990er Jahre setzte eine neue bis in die Gegenwart anhaltende Expansionswelle der Shopping-Center ein. Heute entstehen solche Einkaufszentren, vor allem aufgrund der Verschärfungen des Baurechts, wieder vermehrt an integrierten Standorten in den Innenstädten und Stadtteilzentren. Diese Center erfüllen, wie bereits beschrieben, die Flächenanforderungen vieler Filialisten. Gerade der filialisierte Fachhandel und die Fachmärkte benötigen aufgrund der angebotenen Sortimentstiefe und der veränderten Darbietungsformen der Produkte immer größere Ladenflächen. Gleichzeitig sind die Flächen so konzipiert, dass sie keine der in den kleinteiligen Bestandsstrukturen vielfach anzutreffenden Nachteile - wie Säulen, Zwischenwände und kleine Schaufensterflächen - aufweisen.



Sicherung eines zentralen
Handelsstandortes durch
hochwertige Platzgestaltung
in Kamp-Lintfort

Exkurs: Strukturwandel im Einzelhandel

Der Einzelhandel hat sich in den vergangenen Jahrzehnten sowohl räumlich als auch strukturell in erheblichem Maße verändert. Jürgens fasst diesen Strukturwandel anhand von fünf zentralen Merkmalen zusammen:

- **Größe:** Bei sinkender Anzahl an Einzelhandelsbetrieben steigt der Flächenbedarf des Einzelhandels
- **Gestalt:** Die Gestaltung von Geschäften und Handlungsabläufen polarisiert zunehmend. Vereinfacht lässt sich dies auf die Formel "Service- oder Preisorientierung" zusammenfassen.
- **Standort:** Es besteht sich weiter verschärfender Wettbewerb zwischen traditionellen Geschäftslagen und nicht-integrierten Standorten.
- **Angebotsform:** Kleinflächige, spezialisierte Einzelhändler stehen in Konkurrenz zu großflächigen Anbietern mit günstigerem und breiterem Warenangebot
- **Interne Organisation:** Stetig wachsenden Einkaufs- und Vermarktungseinheiten stehen zunehmend individualistisch geprägte Einzelhändler gegenüber

Quelle: Jürgens [1998]:
Einzelhandel in den Neuen
Bundesländern

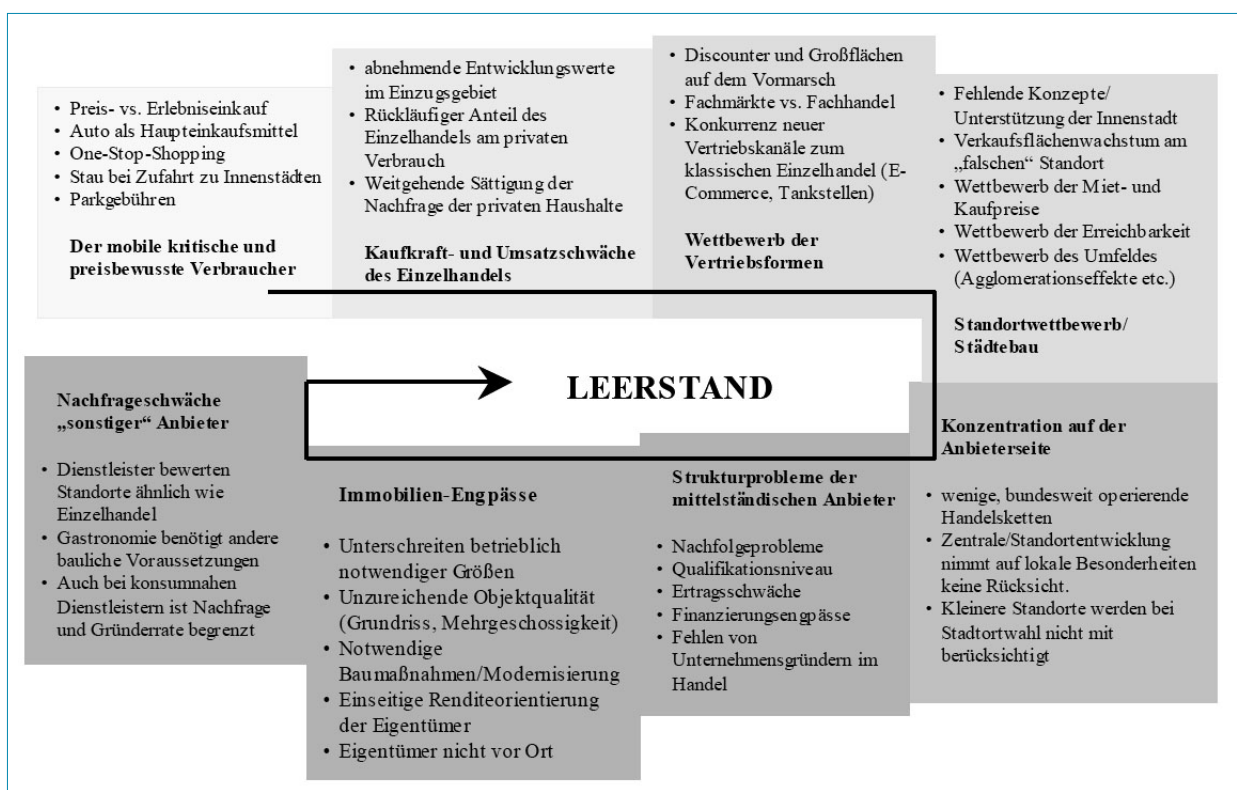
Diese Flächenexpansion in Form von innerstädtischen Einkaufszentren und nicht-integrierten Fachmarktzentren entzieht den traditionellen Geschäftsstraßen immer mehr Ankernutzer mit wichtiger Frequenzbringerfunktion. Ohne solche Frequenzbringer können jedoch die kleinen, inhabergeführten Fachgeschäfte und frequenzorientierten Dienstleister nicht bestehen, so dass sie ebenfalls die entsprechenden Geschäftsstraßen verlassen und den Ankermietern folgen oder mittelfristig schließen müssen.

Entstehung von Leerständen

Im Ergebnis kommt es vor allem in den Rand- und Nebenlagen von Städten sowie in kleineren Städten und Gemeinden zu Trading-Down-Prozessen und vermehrtem Ladenleerstand, da es an diesen Standorten an interessanten Nutzungen und den notwendigen Kundenfrequenzen mangelt. Gerade diese Lagen bedürfen daher vielfach einer aktiven Neuausrichtung und Profilierung im Rahmen eines strategischen Leerstandsmanagements.

Abbildung 1:
Prozesse der Entstehung
von Leerständen

Eine Übersicht über die parallel ablaufenden und sich selbst verstärkenden Prozesse der Leerstandsentsstehung gibt die nachfolgende Abbildung:



Quelle: DSSW [2004]:

Möglichkeiten der Behebung
und Verwertung von inner-
städtischen Leerständen im
Handel: S. 7

Die Ursachen von Leerständen lassen sich abschließend in harte und weiche Faktoren unterteilen. Die wichtigsten harten Faktoren, die einer Vermietung eines leerstehenden Objekts im Wege stehen, sind die Größe und der Zuschnitt der Geschäftsflächen. Daneben lassen sich eine Vielzahl weiterer Aspekte identifizieren, welche die Nutzbarkeit eines leerstehenden Objekts beeinträchtigen können [z.B. die Anzahl an Säulen und Zwischenwänden, die Qualität der Zugänge sowie die Größe der Schaufensterflächen]. Wenn diese Faktoren dazu führen, dass leerstehende Ladenlokale dauerhaft nicht mehr vermietet werden können, bedarf es baulicher Veränderungen, um das Objekt wieder marktfähig zu machen.

Typisierung von Leerständen

Demgegenüber stehen als weiche Faktoren vorwiegend überhöhte Mietforderungen oder die generelle Ablehnung bestimmter Branchen durch den Eigentümer. Diese Faktoren können länger andauernde Leerstandsperioden bedingen und lassen sich nur durch eine gute Kommunikation mit den Eigentümern der Immobilien verändern. Die Bemühungen um Mietpreissenkungen sollten jedoch von einer konzeptionellen Neuausrichtung des Standorts begleitet werden, da es ansonsten zur Ansiedlung von für die Standortentwicklung problematischen Nutzungen wie Telecafes und Spielotheken kommen kann.

Typisierung von Leerständen

Auf Grundlage der oben beschriebenen Entstehungsursachen und Zusammenhänge hat das Deutsche Seminar für Städtebau und Wirtschaft [DSSW] folgende Kategorisierung von Leerstandstypen vorgenommen:

- Als **sporadischer Leerstand** werden kurzfristige, vereinzelt auftretende Leerstände bezeichnet, die als Teil der üblichen Fluktuation von Mietern betrachtet werden können.
- **Umbruchleerstände** ergeben sich durch Wegfall oder Verlagerung von Frequenzbringern, z.B. durch den Bau eines Einkaufszentrums, und sind von mittelfristiger Dauer.
- Als **Leerstands-induzierte Leerstände** werden vermehrt auftretende Leerstände bezeichnet, die sich aus der geringeren Frequenzierung des Standortes in Folge des Wegbrechens eines Frequenzbringers und der daraus resultierenden Leerstände [Umbruchleerstände] ergeben.
- **Strukturelle Leerstände** entstehen in Abwanderungsgebieten, in Folge fehlender Nachfrage, der Abwanderung gesamtlicher Branchen oder der Schließung der lokal führenden Branche.

Diese Kategorisierung der Leerstände spiegelt auch einen häufig zu beobachtenden zeitlichen Verlauf des Niedergangs von Handelsstandorten wider; wenn nicht rechtzeitig durch das Ergreifen entsprechender Maßnahmen des Leerstandsmanagements [s. nachfolgende Kapitel] solchen Entwicklungsverläufen entgegengesteuert wird.

Unproblematisch ist der kurzfristige, sporadische Leerstand, zu dem es z.B. bei einem Nutzerwechsel kommt. Eine gewisse Leerstandsquote kann zu einem stabilen Mietpreisniveau beitragen und die Wettbewerbsfähigkeit des jeweiligen Standortes verbessern, da potenziellen Investoren und Nutzungsinteressenten kurzfristig Ladenflächen angeboten werden können. Kurzfristige Leerstände können darüber hinaus eine positive Wirkung auf einen Standort haben, wenn sie zur Ansiedlung innovativer Handelsformate und neuer Angebote genutzt werden.



Steigender Leerstand im

Remscheider Stadtumbau-

gebiet Stachelhausen

Vielfältige Ursachen für

Leerstände erfordern

differenzierte Antworten

Quelle: DSSW [2008]:

Nutzung gewerblicher

Leerstände: S. 3

Kurzfristige, sporadische

Leerstände als Teil des

Marktgeschehens

Typisierung von Leerständen

Längerfristige Leerstände
und sich selbstverstärkende
Abwertungsprozesse

Ein Problem stellen leer stehende Ladenlokale dar, wenn sie sich an einem bestimmten Standort, bspw. aufgrund des Wegbrechens eines Frequenzbringers, häufen und über einen längeren Zeitraum keiner adäquaten Nutzung zugeführt werden können [Umbruchsleerstände]. Solche Leerstände beeinträchtigen die Attraktivität eines Standorts für die Kunden und können somit selbst zum Auslöser weiterer Leerstände werden.

Großflächiger Leerstand mit
Signalwirkung in Lünen



Ein solcher sich selbst beschleunigender Abwertungsprozess lässt sich insbesondere in Staatteilzentren und in kleineren und mittleren Städten und Gemeinden in strukturschwachen Regionen mit niedriger Kaufkraft nur schwer aufhalten. Zumal auch die ungesteuerte Wiedervermietung von leerstehenden Geschäftsräumen an solchen Standorten eine Gefahr darstellen kann, etwa wenn es durch eine verstärkte Ansiedlung von Anbietern aus dem Niedrigpreissegment zu einem weiteren Verlust an Qualität und Attraktivität des Stand-

Erfolgreiche Aktionen zur
Steigerung der Attraktivität



Strategisches Leerstandsmanagement

[Das Instrument des Strategischen Leerstandsmanagements]

Aufbauend auf dem genannten begrifflichen Verständnis von Leerstand beschreibt das Leerstandsmanagement die Sammlung und den Austausch von Informationen bezüglich nicht genutzter Gewerbeflächen mit dem Ziel, ein Vorgehen zu entwickeln, um dauerhafte, nicht marktfähige Leerstände zu beseitigen. Eine zentrale Aufgabe des Leerstandsmanagements liegt deshalb in der Erarbeitung von Handlungsoptionen für leer stehende Gewerbeflächen, wobei die Situation der jeweiligen Immobilie genau betrachtet werden muss.

Wie die Erfahrungen der Innovationsagentur Stadtumbau NRW aus verschiedenen Mitgliederstädten belegen, genügt es nicht mehr, die leerstehenden Flächen nur zu verwalten und zu begrenzen. Vielmehr muss Strategisches Leerstandsmanagement auf eine aktive und umfassende Neuausrichtung von Standorten hinwirken, da nur so die strukturellen Leerstände wieder einer dauerhaften Nutzung zugeführt werden können. Strategisches Leerstandsmanagement sollte daher eine abgestimmte Strategie sein, die mithilfe unterschiedlicher Maßnahmen und Instrumente aktiv auf eine zukunftsfähige Neuorientierung der Angebotsstrukturen und eine Verbesserung des Images an einem Standort hinwirkt.

Dabei muss das strategische Ziel im Vordergrund stehen, nicht zwingend "alte" Zustände wieder herstellen zu wollen, sondern in einem kooperativen Prozess unter Einbindung aller relevanten Akteure vor Ort neue Zukünfte und Leitbilder für problematische Standorte zu entwickeln.

Vor allem Standorte mit langfristigen, strukturellen Leerständen lassen sich kaum noch durch die Ansiedlung von Einzelhandelsunternehmen beleben bzw. es ist zumeist nicht möglich, neue Einzelhändler als Frequenzbringer für solche Standorte zu gewinnen. Es gilt daher zumeist, andere Nutzungen abseits des klassischen Einzelhandels für solche Standorte zu finden, um eine Belebung solcher Standorte und eine dauerhafte Beseitigung der Leerstände zu erreichen.



Um den Standort erfolgreich zu profilieren, empfiehlt es sich dabei, an bereits am Standort vorhandene Potenziale anzuknüpfen und diese im Rahmen des Leerstandsmanagements systematisch zu einer neuen Spezialisierung auszubauen und zu vermarkten.

[Begriffsdefinition](#)

[Leerstandsmanagement](#)

[Neuausrichtung von Stand-](#)

[orten zur Reaktivierung](#)

[struktureller Leerstände](#)

[Profilierung und Spezialisier-](#)

[ung von Standorten](#)

Arbeitsphasen



Massiver Leerstand im
Zentrum von Altena...

Arbeitsphasen eines Strategischen Leerstandsmanagements

Das übergeordnete Ziel eines Strategischen Leerstandsmanagements muss darin bestehen, langfristig alle Leerstände zu beseitigen, die am Standort vorhandenen Gewerbeflächen einer optimalen Nutzung und Auslastung zuzuführen und eine kurzfristige Vermietbarkeit freier Ladenlokale zu gewährleisten. Arbeitsschwerpunkte liegen dabei auf der Untersuchung der Leerstandsursachen, der Profilierung des Standorts sowie der Aktivierung und Vernetzung der lokalen Akteure. Grundsätzlich lässt sich der Prozess eines Strategischen Leerstandsmanagements in [drei Arbeitsphasen](#) unterteilen.

Notwendige Vorklärungen

In einer [vorbereitenden Phase](#) zu den eigentlichen Arbeiten am konkreten Standort müssen zunächst notwendige Rahmenbedingungen, die das Leerstandsmanagement betreffen, geklärt werden.

Mögliche Fördermöglichkeiten frühzeitig klären

Einerseits ist die Förderfähigkeit anstehender Aktivitäten mit den ggf. zuständigen Fördergebern zu klären. Dies kann sich sowohl auf verfügbare Förderprogramme aus dem Bereich der lokalen und regionalen Wirtschaftsförderung wie auch auf Fördermöglichkeiten im Bereich der Städtebauförderung beziehen, wenn dazu ein gebietsbezogenes Förderprogramm existiert. In förmlich beschlossenen Stadtumbaugebieten sind – je nach Gesamtmaßnahmenplanung und Bewilligungslage – zahlreiche hier relevante Aktivitäten als "Maßnahmen zur Standortaufwertung" förderfähig sind. In Einzelfällen, in denen solche Fördermaßnahmen eine große Nähe zur klassischen Wirtschaftsförderung aufweisen und private Unternehmen Empfänger der Fördermittel sind, sollte bei den ersten auftretenden Fällen die Förderfähigkeit und Rahmenbedingungen für einen ggf. notwendig werdenden Nachweis von unrentierlichen Kosten geklärt werden.

Frühzeitige Einbindung der Bauaufsicht

Auf der anderen Seite bedarf ein an nachhaltigem Erfolg ausgerichtetes Strategisches Leerstandsmanagement einer Vorklärung verschiedener in solchen Projekten häufig auftretender Fragen und Probleme mit der jeweils zuständigen Bauaufsicht. In einem Gespräch mit Akteuren der Bauaufsicht muss erörtert werden, ob bei der Durchführung von Zwischennutzungen oder auch der Organisation von Nachnutzungen mit Problemen bezüglich der Feuerschutzverordnung, Stellplatzsatzung oder der Verkehrssicherheit, wie sie in verschiedenen Städten in ähnlichen Projekten aufgetreten sind, zu rechnen ist und wie kooperativ die zuständigen Behörden ein solches Projekt begleiten würden.

Erfassungs- und Analysephase

Während der **Erfassungs- und Analysephase** sollte zunächst eine differenzierte Bestandsaufnahme der Leerstände und ihrer Entstehungsursachen erfolgen. Die Ergebnisse dieser Erhebung sind im Anschluss in einer ständig zu aktualisierenden Datenbank zusammenzuführen. Dabei sind die relevanten Kriterien wie Verkaufsfläche, Gesamtmietfläche, Lage, Preis, baulicher Zustand des Objekts, Länge und Art der Schaufensterflächen, Erreichbarkeit etc., zu erfassen und um die Kontaktdaten des Eigentümers sowie ggf. der Hausverwaltung oder des Makler zu ergänzen.

Diese Daten sind sowohl für die erfolgreiche Vermarktung als auch für die Durchführung kurzfristiger Aktionen unverzichtbar. Das in verschiedenen Modellprojekten der Innovationsagentur Stadtumbau NRW in Steinheim verwendete Formular zur Erfassung von leerstehenden Ladenlokalen und Gewerbeflächen befindet sich als Beispiel und praktische Arbeitshilfe im Anhang dieser Publikation.

Ergänzend zur Dokumentation der Leerstände empfiehlt sich zudem die **Erfassung des noch aktiven Einzelhandelsbesatzes** und der angebotenen Sortimente, um einen Überblick über den an Standort vorhandenen Branchenmix zu erhalten. Dazu werden bewusst auch die vermieteten Ladenlokale erfasst, um einerseits ein Bild von der Nutzungsstruktur im Bearbeitungsgebiet zu erstellen und andererseits auch drohende Leerstände frühzeitig erkennen und entgegenwirken zu können.

Gleichermaßen wird das **Umfeld des jeweiligen Ladenlokals** mit erfasst und photographisch dokumentiert, weil auch dies eine relevante Größe für die Beurteilung von Ansiedlungschancen und Nutzungsperspektiven wie auch Handlungsbedarfen im städtebaulichen Umfeld darstellt.

Aktivierungs- und Einbindungsphase

Ergänzt werden diese Daten durch **Vorabgespräche mit relevanten Akteuren** [Eigentümern, Wirtschaftsförderung, Stadtverwaltung, etc.], aus denen bereits erste Interessenslagen und Einschätzungen der Handelnden vor Ort gewonnen werden können.

Die Gespräche mit den Eigentümern dienen nicht nur dazu, nähere Aufschlüsse über bisherige Vermietungsbemühungen und -hindernisse sowie finanzielle Leistungsfähigkeit und Interessen dieser Eigentümer zu erhalten. Sie werden auch gezielt genutzt, um eine hinreichende Beteiligung seitens der Eigentümer zu schaffen. In persönlichen Gesprächen [auch bei späteren Veranstaltungen bzw. Workshops] muss das Bewusstsein der Eigentümer für neue Vermarktungsstrategien geweckt werden.



...jetzt Gegenstand von
umfassender Aufwertung
durch Händler und Stadt

Differenzierte Bestandsauf-
nahme in der Startphase

Erfassung und Risiko-
abschätzung für noch
aktiven Handel

Städtebauliches Umfeld
erfassen und bewerten

Dialog & Kooperation mit
Immobilien Eigentümern

Arbeitsphasen



Massiver Leerstand auch im
Stadtumbaugebiet Velbert-
Nordstadt...

Die Eigentümer leer stehender Ladenlokale müssen auch Zwischennutzungen, die nicht den Ansprüchen an die Rentabilität ihrer Immobilie entsprechen, vorübergehend akzeptieren lernen. Neben dieser Überzeugungsarbeit geht es in den Gesprächen auch um die Ermittlung von Miet- und Nutzungsvorstellungen, Nutzungsgebühren für Zwischennutzer und ersten Überlegungen zu Alternativnutzungen. Ziel dieser Arbeitsphase kann es auch sein eine Einverständniserklärung der Eigentümer zur Vermarktung ihrer Gewerbeflächen zu erhalten. Ein Beispiel für eine solche Einverständniserklärung findet sich ebenfalls im Anhang dieses Readers.

Wichtig ist es, in dieser Phase auch die Nutzer der heute noch funktionsfähigen Ladenlokale einzubeziehen, damit sie einen aktiven Part bei der Umsetzung des Gesamtkonzepts einnehmen. Die Mitwirkungsbereitschaft und ihre Handlungsmöglichkeiten bezüglich der Mitfinanzierung von Maßnahmen wird in diesem Stadium des Prozesses abgefragt, um im späteren Verlauf eine realistische Projektplanung vornehmen zu können.

Partizipative Organisations-
struktur mit zentralem
Ansprechpartner

Als wichtige Software für diesen Prozess sollten zum Abschluss dieser Aktivierungs- und Einbindungsphase Strukturen geschaffen sein, die den künftigen Prozess eines Strategischen Leerstandsmanagements unterstützen und begleiten. Neben einer Kerngruppe als effizienter lokaler Steuerungseinheit hat es sich als sehr hilfreich erwiesen, in dieser Phase mit dem Aufbau eines standortbezogenen "Forums Leerstandsmanagement" zu beginnen, in dem alle relevanten Akteure, einschließlich der Immobilienbesitzer und Händler, vertreten sind und nach und nach Mitverantwortung für den Prozess eines Strategischen Leerstandsmanagements übernehmen.

Stadtteile und Standort "neu
denken"

Kooperative Entwicklung eines Leitbildes und Profilbildung

Ein klares und unverwechselbares Profil ist für eine zielgerichtete Vermarktung, die vor dem Hintergrund des interkommunalen Wettbewerbs erfolgreich sein soll, notwendig. Es ist wichtig, dass das Profil Stärken und Kernkompetenzen des jeweiligen Gebiets unterstreicht und die Unterschiede zu anderen Lagen in der Stadt und Städten in der Region deutlich macht. Unter diesen Prämissen ist ein neues Leitbild für jeden einzelnen Standort zu entwickeln, dass sich – gerade in Gebieten des Stadtumbaus – vielfach nicht in einer Weiterentwicklung oder Reaktivierung des Bestehenden erschöpfen darf, sondern ggf. auch einen Standort im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung vollkommen "neu denken" und mit realistischen Handlungsoptionen und Perspektiven versehen muss.

Auf Grundlage der im vorangegangenen Schritt erstellten Analysen

und Profilaussagen werden relevante Akteure [Experten, Multiplikatoren, Wissensträger, Lokalpolitiker, Verwaltung] ermittelt, die einen Beitrag zur Ausgestaltung der angestrebten teilräumlichen Profilbildung leisten können. In einem kooperativen Prozess wird durch Leitfadengespräche, Diskussionsrunden, Zukunftswerkstätten etc. die Bandbreite potenzieller strategischer Ausrichtung und Neunutzung ermittelt und es werden erste skizzenhafte Nutzungs- und Gestaltungsideen entwickelt, die solche Ansätze zu Clustern bündeln und zusammen ein klar vermarktbares Profil ergeben.

Im Mittelpunkt steht dabei auch die Frage nach den verfügbaren Ressourcen und Potenzialen vor Ort, die als Ansatzpunkt für eine positive Entwicklung des jeweiligen Standortes dienen können.

Die Standortprobleme und Interessen sowie die ersten Nutzungs- und Gestaltungsansätze werden in thematischen Sitzungen und Planungsworkshops mit den Handelnden vor Ort sowie den in den bisherigen Arbeitsschritten als relevant identifizierten Akteuren, die für die entsprechenden Themen und Handlungsfelder als Potenzial gesehen werden, zu einem neuen Leitbild und Standortprofil verdichtet.

Operationalisierungsphase

Im Anschluss an die Bestandsaufnahme erfolgt in der **Operationalisierungsphase** die Erarbeitung von Konzepten zur Beseitigung der Leerstände und zur Aufwertung des Standortes. Diese Planung sollten sehr umfassend angelegt sein und können – je nach Einzelfall – die folgenden strategischen Elemente enthalten:

- **Profilentwicklung im Hinblick auf Handel und Dienstleistung**

Für die Standorte, an denen auch zukünftig Handel, Dienstleistung und Versorgung im Mittelpunkt stehen sollen, muss in einem ersten Schritt auf Grundlage der Branchenmixanalyse das konkrete Profil des Standortes im Hinblick auf seine zukünftigen Handels- und Dienstleistungsfunktionen herausgearbeitet werden. Aufbauend auf das Standortprofil lassen sich Angebotslücken identifizieren, die im Rahmen der Entwicklungsphase durch gezielte Akquisition gefüllt werden können. Zudem sollten, auf Grundlage der Identifikation von Stärken und Besonderheiten des Standorts, mögliche Ansatzpunkte einer Neuausrichtung und Profilierung des Standorts ermittelt werden.

Ein klares Profil ist für den Wettbewerb mit anderen Standorten unverzichtbar und kann als Alleinstellungsmerkmal die zielführende Vermarktung erheblich erleichtern. Entscheidend ist, dass dieses Profil die spezifischen Stärken und Kernkompetenzen des Standortes



...auch hier häufig in Gebäuden mit hoher Sichtbarkeit und Signalwirkung

Leitbild- und Profilentwicklung als kollektiver Prozess

Branchenmixanalyse als Grundlage der Konzeptentwicklung

Klares Profil und eindeutige Alleinstellungsmerkmale

Arbeitsphasen



[Traditionelle inhabergeführte
Geschäfte wie hier in
Meschede...](#)

[Unterlassene Instandhaltung
und niedrige Einstiegspreise
als Chance für Gründer](#)

[Wettbewerbsverfahren zur
Förderung von Qualität](#)

[Privatwirtschaftliche
Mitfinanzierung statt
kommunaler Vorleistungen](#)

widerspiegelt, sodass ein Standortimage kreiert werden kann, das im Rahmen der Vermarktung nach innen und außen kommuniziert werden kann.

Organisation der Förderung von Investitionen in den Bestand

Angesichts des baulichen Zustandes von Ladenlokalen und Fassaden in den vielen Gebieten, für die ein Strategisches Leerstandsmanagement entwickelt wird, ist es häufig erforderlich, zur Verbesserung der Vermarktungschancen verschiedene Eigentümer zu motivieren, in eine behutsame Aufwertung ihres Bestandes zu investieren. Hierzu stehen in zahlreichen Stadtumbaugebieten Mittel aus so genannten "Fassadenprogrammen" zur Verfügung, das aus Mitteln des Programms Stadtumbau West gefördert werden können.

In anderen Fällen kann es strategisch von Vorteil sein, dass zahlreiche der leer stehenden Immobilien durch unterlassene Instandhaltung und Modernisierung geprägt sind. Dies führt hier zu relativ niedrigen Mieten – die wiederum eine Option für Existenzgründer sein können, Ladenlokal und darüber liegende Wohnung preiswert mieten und damit Wohnen und Arbeiten verbinden zu können und die notwendigen Aufwertungsmaßnahmen mit einem hohen Anteil an Eigenarbeit und ehrenamtlicher Unterstützung ausführen zu können.

Planung städtebaulicher Aufwertungsmaßnahmen

Im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung des jeweiligen Standortes wird es vielfach auch darum gehen, das Zielgebiet sowohl im Hinblick auf seine Eingangsbereiche als auch seine Straßengestaltung sowie die Nutzbarkeit und Möblireung des öffentlichen Raumes für zukünftige Zielgruppen aufzuwerten. Im Sinne der Schaffung von hochwertigen Lösungen und städtebaulicher Qualität wird empfohlen, für diese Aufgabe wo immer möglich mit Städtebaulichen Wettbewerben zu arbeiten.

Die Erfahrungen in den Modellprojekten der Innovationsagentur Stadtumbau NRW zeigen, dass es hier durchaus möglich ist, in bestehenden Kooperationsstrukturen mit Immobilienbesitzern und Händlern solche öffentlichen Investitionen unter den Vorbehalt paralleler privater Investitionen zu stellen.

Entwicklung von Leitprojekten

Dies gilt auch für eventuelle Leitprojekte, deren Signalwirkung zur Entwicklung von Standorten und zur Indizierung von Folgeinvestitionen wichtig sein kann. Auch sie sollten nicht mehr "kommunale Vorleistung", sondern partnerschaftliche Projekte sein.

[Maßnahmen und Strategieelemente]

- Vermarktung von Ladenlokalen

Diese kann auf unterschiedlichen Wegen erfolgen: Gängige Methoden sind Zeitungsinserte, Veranstaltungen, Immobilienbörsen und -messen sowie das Internet. Vor allem die Vermarktung via Internet bietet den Vorteil, das mit vergleichsweise geringem Aufwand eine große Anzahl an potenziellen Interessenten erreicht werden kann. Vor dem Beginn der Vermarktung muss abschließend zudem die Organisationsstruktur des Leerstandsmanagements festgelegt werden. Kernelement dieser Umsetzungsphase ist ein zentraler Ansprechpartner, zu dessen Aufgaben nicht allein die Vermarktung, sondern auch die ständige Aktualisierung des Datenbestandes sowie das Aufspüren potenzieller Leerstände zählen, ist insbesondere für die Eigentümer und für Nutzungsinteressenten von großem Interesse.

Im Rahmen der Internetvermarktung kann sowohl auf bereits existierende Immobilienbörsen zurückgegriffen werden als auch eine eigene Online-Leerstandsborse eingerichtet werden. In beiden Fällen ist jedoch darauf zu achten, dass das Profil des gesamten Standorts präsentiert wird. Eine Fokussierung der Präsentation auf die am Standort vorhandenen Leerstände wirkt gegebenenfalls negativ auf Nutzungsinteressenten und kann diese abschrecken. Eine Einbindung der am Standort bereits vorhandenen Nutzungen und Angebote ermöglicht Interessenten zudem ihre Nische zu finden. Welche Möglichkeiten ein solches Online-Tool bietet, zeigt auch das Beispiel „GIS Forchheim“.

Der Standort muss als zusammenhängende Einheit betrachtet und kontinuierlich vermarktet werden. Dazu gehören beispielsweise eine positive Präsentation der bestehenden Infrastruktur sowie die Berichterstattung über Neueröffnungen und Wiedernutzungen im Rahmen einer aktiven Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Allgemein müssen die Maßnahmen darauf abzielen eine positive Grundhaltung und Aufbruchsstimmung zu vermitteln, die wiederum die Anziehungskraft des Standortes erhöht.

Die beschriebenen Arbeitsschritte, wie Präsentation und Vermarktung der Leerstände, die Erarbeitung eines Profils und dessen offensive Vermarktung, bilden die Kernelemente eines strategischen Leerstandsmanagements. Es ist jedoch notwendig diesen organisatorischen und konzeptionellen Rahmen mit konkreten Projekten und Maßnahmen zu füllen, die dazu kurzfristig dazu beitragen das Image eines facettenreichen, attraktiven Standortes zu erhalten und leere Schaufenster zu vermeiden und langfristig zur Reaktivierung der Leerstände führen.



...und hier in Kamp-Lintfort -
profitieren von hochwertiger
städtebaulicher Entwicklung
in beiden Städten

Methoden und Medien zur
Vermarktung von
Immobilien sorgfältig planen

Eine professionelle
Kommunikationsstrategie für
aktives Standortmarketing

Maßnahmen



Wenn Leerstand so massiv auftritt wie hier in der Steiner Innenstadt...

Es lässt sich eine breite Palette an möglichen **Handlungsfeldern** und damit verbundenen **Maßnahmen** erkennen. Sie reicht:

- von der **temporären Kaschierung eines Leerstands** im Rahmen eines Schaufensterwettbewerbs oder der Nutzung von Schaufenstern leerstehender Ladenlokale für Aktionen und Ausstellungen,
- über die **Verhandlung der Mietkonditionen** für temporäre Nutzer,
- bis hin zum betriebswirtschaftlichen **Coaching für Existenzgründer** mit dem Ziel der langfristigen Etablierung ihrer Geschäftsidee in einem freien Ladenlokal – im Idealfall in einem Marktsegment, das zur Realisierung des vorab definierten Leitbildes und angestrebten künftigen Standortprofils beiträgt.
- Eine ideale Form von Leerstandsmanagement ist die **dauerhafte Vermietung** leerstehender Ladenlokale und Gewerbeeinheiten vorausschauenden Vermittlung künftig frei werdender Räume an Nutzungsinteressenten, die in seltenen Fällen bereits praktiziert wird

Nachfolgend werden die Maßnahmen, wie auch die konkreten Good-Practice-Beispiele in Kapitel 2, in **drei Kategorien** unterteilt:

- Zwischennutzungen, ,,
- Um- und Nachnutzungen sowie
- Maßnahmen zur Standortentwicklung.

Die letztgenannte Kategorie umfasst vor allem Maßnahmen, die auf die Entwicklung des gesamten Standorts und nicht auf einen einzelnen Leerstand gerichtet sind, wie Existenzgründerwettbewerbe oder die Erstellung einer Online-Leerstands Börse.

Zwischennutzungen

Ein Ansatz, der sich im Umgang mit Leerständen vielerorts durchgesetzt hat, ist die Durchführung so genannter Zwischennutzungen. Hierfür stellen Immobilieneigentümer ihre Flächen für einen begrenzten Zeitraum für alternative Geschäftsideen oder Nischennutzungen zur Verfügung, um auf diese Weise eine größere Aufmerksamkeit für die Flächen zu erzielen und dadurch wieder eine kommerzielle Nutzung anzusiedeln. Denkbar sind dabei sowohl gewerbliche als auch öffentliche Zwischennutzungen oder eine befristete Bespielung der Ladenlokale mit Hilfe von Kunst und Kultur.

Grundsätzlich können Zwischennutzungen jedoch nur temporär zur Aufwertung eines Standortes beitragen. Sie können im Rahmen eines strategischen Leerstandsmanagements zur ersten Belegung eines Standorts und als Übergangsnutzungen bis zur Neuausrichtung des

Zwischennutzungen erzielen Aufmerksamkeit und schaffen Attraktivität

Standorts genutzt werden. In dieser Form können Zwischennutzungen durchaus auch zur Ausbildung eines neuen Profils beitragen, vor allem wenn sie als Vorbote für eine größere Menge neuer Nutzungen angesehen und von der Öffentlichkeit wahrgenommen werden. Außerdem bieten sie die Möglichkeit bestimmte Neuausrichtungen zunächst punktuell oder in Form von Events zu erproben. Hierbei können Pioniernutzungen oftmals eine Sogwirkung für weitere wirtschaftliche Investitionen haben und dauerhaft neue Kundenströme anlocken.

Neu- und Umnutzungskonzepte

Einen Ansatz zur langfristigen Belebung von gewerblich nutzbaren Leerständen stellen Neu- und Umnutzungskonzepte dar. Wie in den vorangehenden Kapiteln dargestellt, lassen sich insbesondere an Standorten mit strukturellen Leerständen die Ladenlokale und Gewerbeflächen häufig nicht mehr an die klassischen Nutzer aus dem Einzelhandel vermieten. Vor diesem Hintergrund und der zunehmenden Konkurrenz zu anderen Standorten sind innovative Ideen und eine inhaltliche Neuausrichtung, nicht nur für den gesamten Standort, sondern auch für jedes einzelne leerstehende Objekt erforderlich.

Grundsätzlich sind dabei zwei Herangehensweisen zu differenzieren. Auf der einen Seite kommt eine Umnutzung in Frage, die Gewerbeflächen werden weiterhin genutzt, die Art der Nutzung ändert sich jedoch grundlegend. Beispielhaft zu nennen ist die Einrichtung attraktiver Seniorenwohnungen in einem ehemaligen Geschäftshaus. In der Praxis wird dies, gerade an den "problematischen" Standorten dadurch erschwert, dass niedrig Renditechancen bei Nachnutzungen durch Wohnen o.ä. sowie überzogene Preiserwartungen der aktuellen Eigentümer das Investitionspotenzial für notwendigen Umbau extrem beschränken und vielfach unmöglich machen.

Auf der anderen Seite muss an einzelnen Orten, an denen eine inhaltliche Neuausrichtung nicht zukunftsfähig erscheint, über einen Rückbau nachgedacht werden.

Alternative Mietkonzepte stellen einen weiteren Ansatzpunkt zur Lösung der Leerstandsproblematik an einem Standort dar. Ein Beispiel ist das Clustern von mehreren leerstehenden Objekten in einer Vermietergesellschaft. Auf diese Weise können, ähnlich wie in einem Einkaufszentrum, differenzierte Mietpreise für verschiedene Nutzer angeboten werden. Dadurch lässt sich der Besatz an einem Standort besser steuern und dadurch ein attraktiver Angebotsmix entwickeln. So kann beispielsweise ein Frequenzbringer aus dem Bereich Kunst und Kultur mithilfe eines deutlich unterdurchschnittlichen Mietpreises in einem zentral gelegenen Ladenlokal angesiedelt werden. Die umlie-



...bedarf es langfristiger und umfassender Strategien und enger Kooperation mit Händlern und Eigentümern

Niedrige Ertragspotenziale erschweren oft bauliche Veränderungen

Alternative Laden- und Mietkonzepte als neue Entwicklungschance

Maßnahmen



[Steinheimer Händler und Eigentümer bei der Strategieentwicklung in einem leerstehenden Ladenlokal](#)

[Wettbewerbe für Existenzgründer haben vielfältigen Nutzen](#)

[Lernfähigkeit von Immobilienbesitzern ist eine Grundvoraussetzung für Erfolg](#)

genden Objekte, die von der erhöhten Passantenfrequenz profitieren und höhere Einnahmen erzielen, können in der Folge dementsprechend höhere Mieten zahlen. Ein Ausgleich zwischen den Mehr- und Mindereinnahmen der einzelnen Vermieter, die sich aus der Differenzierung der Mietpreise nach Nutzungen ergeben, muss in einem solchen Modell über eine Vermietergemeinschaft abgewickelt werden.

Maßnahmen zur Standortentwicklung

Die Maßnahmen zur Standortentwicklung im Rahmen eines strategischen Leerstandsmanagements unterscheiden sich in ihrem räumlichen Fokus. Während die beschriebenen Maßnahmen, wie Zwischennutzungen oder Umnutzungen, auf die Belegung einzelner Immobilien konzentrieren, weisen die Maßnahmen zur Standortentwicklung eher einen übergeordneten Charakter auf, da sie sich auf die Profilierung, Vermarktung und Belegung des gesamten Standorts richten.

Ein Beispiel ist die Durchführung verschiedener Events in einer Geschäftsstraße, um den gesamten Standort zu bewerben, zusätzliche Kunden anzuziehen und die stattfindenden Veränderungen den Bürgern bewusst zu machen. Andere Maßnahmen richten sich an bestimmte Zielgruppen, zum Beispiel kann, wie bereits oben beschrieben, durch die Einrichtung einer Leerstandsbörse der Standort möglichen Interessenten umfassend präsentiert werden. Die Durchführung von Gründerwettbewerben ermöglicht es wiederum neue innovative Nutzer für einen Standort zu gewinnen und schafft zugleich neue Arbeitsplätze. Mit ihnen kann auch aktiv auf die Branchen und Angebote Einfluss genommen werden, die zur Realisierung des definierten Leitbildes beitragen können.

Schwierigkeiten und Hemmnisse

In einigen Fällen wird die Aufwertung des Standortes durch die persönlichen Interessen und Probleme der Immobilieneigentümer beeinträchtigt. Einerseits sind viele Immobilieneigentümer zunächst nicht bereit, ihre Leerstände zu reduzierten Mieten und an andere Nutzer als den Einzelhandel zu vermieten. Die Bereitschaft steigt gewöhnlich jedoch mit der Länge der Leerstandsdauer an.

Zum anderen sind viele Eigentümer nach jahrelangem Leerstand finanziell nicht mehr in der Lage, die leerstehenden Räumlichkeiten entsprechend der Anforderungen neuer Nutzer umzubauen.

Ein weiteres Hemmnis bei der Initiierung von Leerstandsmaßnahmen ist zudem, dass viele Strategien an zeitlich begrenzte Fördermittel gebunden sind und somit langfristige Entwicklungsansätze kaum realisierbar sind. Um die Zukunftsfähigkeit eines Standortes dauerhaft zu

Rechtliche Fragen

sichern empfiehlt es sich zunächst eine grundlegende Strategie zu erarbeiten, um anschließend auf dieser Grundlage verstärkt in einzelnen Entwicklungsschritten vorzugehen und weniger in vorab definierten Zeiträumen zu arbeiten.

[Rechtliche Fragen bei Zwischennutzungen]

Gerade die Organisation von Zwischennutzungen im Rahmen von kommunalen Projekten wirft eine Reihe von vertrags-, versicherungs- und teilweise auch vergaberechtlichen Fragen auf, zu denen an dieser Stelle keine differenzierten Anleitungen und Lösungen, sicherlich aber einige Hinweise und Empfehlungen formuliert werden sollten, worauf in der Praxis zu achten ist.

Temporäre mietfreie Überlassung von Ladenlokalen

Bei Projekten der Zwischennutzung, die einer Belebung von Standorten dienen und die Aufmerksamkeit auf leerstehende Immobilien lenken sollen, erfolgt in der Regel eine Verständigung darauf, dass die Objekte von den Eigentümern mietfrei für eine definierte Nutzung und einen definierten Zeitraum überlassen werden. Dabei muss auch geklärt sein, dass der Eigentümer kurzfristig wieder über seine Immobilie kurzfristig verfügen kann, wenn sich ein kommerzieller Interessent für einen dauerhaften Mietvertrag meldet. Zu diesem Zweck sollte ein Gebrauchsüberlassungsvertrag abgeschlossen werden, der die Zwischennutzung auf eine verlässliche Basis stellt.

Regelung von Kosten

Wenn die Immobilienbesitzer sich auf eine mietfreie Überlassung zu definierten Zwecken einlassen, wird in der Regel vereinbart, dass die Zwischennutzer die Nebenkosten tragen, die für die Dauer der Zwischennutzung entstehen. Dies bietet sich vor allem dann an, wenn sich diese Zwischennutzungen über einen längeren Zeitraum erstrecken. Für kürzere Events, in deren Rahmen etwa während eines Tages oder Wochenendes zahlreiche leerstehende Ladenlokale genutzt werden, sollte eher mit Pauschalbeträgen gearbeitet werden, die den Immobilieneigentümern im Rahmen der Überlassungsverträge zugesagt werden.

Fördermöglichkeiten

Die Fördermöglichkeiten, mit denen eine städtische Verwaltung operieren kann und die in eine entsprechende Projektplanung zu integrieren sind, hängen sicherlich vom Bundesland und vom konkreten Förderprogramm ab, in dem ein solcher Zugang besteht. Im nord-



Im Gladbecker Stadtumbau-
projekt Rentfort-Nord blok-
kieren Eigentumsverhältnisse
eine zügige Entwicklung

Flexible aber dennoch
verlässliche Überlassungs-
verträge

Nebenkosten sollten in der
Regel vom Zwischennutzer
getragen werden

Rechtliche Fragen



Konzentration von Handel und Verkürzung von Einkaufsstrassen sind, wie hier in Wanne-Mitte, schwer zu realisieren

Zu versicherungsrechtlichen Fragen sollte Unterstützung und Vermittlung erfolgen

Die lokale Bauaufsicht sollte frühzeitig als Partner gewonnen werden

rhein-westfälischen Stadtumbau bestehen prinzipiell die folgenden Kernelemente einer Förderung, die sich hier nutzen lassen:

- Mittel zur **Öffentlichkeitsarbeit**, die einen Beitrag zur Finanzierung von Aktionen, Veranstaltungen und Events leisten können, wenn diese einen Beitrag zur Erreichung der Ziele des gebietsbezogenen Programms leisten.
- Mittel aus einem **Verfügungsfonds**, wenn die Stadt aus Fördermitteln einen solchen Fonds auflegt und einen entsprechenden Beschluss fasst. Aus einem solchen Verfügungsfonds könnten beispielsweise lokale Personen und Gruppen gefördert werden, die in leerstehenden Ladenlokalen Aktionen durchführen möchten, die zur Erreichung der Ziele der gebietsbezogenen Maßnahme beitragen. In diesem Fall würde die Finanzierung von Seiten der städtischen Verwaltung an Dritte weitergereicht, dann wären mit dieser Form aber mehr Aktivitäten und Kosten förderfähig als reine Öffentlichkeitsarbeit.
- Und schließlich lassen sich im Rahmen des nordrhein-westfälischen Stadtumbau **Maßnahmen zur Standortaufwertung** fördern, die dann auch baulicher Art sein können, die aber immer nachweisen müssen, warum sie zur Erreichung der Ziele der Gesamtmaßnahme notwendig sind und einen Beitrag leisten und die auch als Maßnahmen durch einen konkreten Bewilligungsbescheid abgedeckt sein müssen.

Versicherungsrechtliche Fragen

Versicherungsrechtliche Fragen im Hinblick auf Schäden, die im Rahmen von Aktionen in zwischengenutzten Immobilien entstehen können oder im Hinblick auf eine Absicherung von möglicherweise in Schaufenstern über längere Zeiträume ausgestellten Objekten sollten ebenfalls im Vorfeld bedacht und geplant werden. Hier wird es in den meisten Fällen so sein, dass diese Kosten von den Zwischennutzern getragen werden - einer städtischen Verwaltung kann aber eine wichtige Rolle bei der Organisation von angemessenen Angeboten und der Einbindung der örtlichen Versicherungswirtschaft in die entsprechenden Projekte zukommen.

Bauaufsichtliche Anforderungen

Bauaufsichtliche Anforderungen spielen insbesondere dann eine Rolle, wenn leerstehende gewerbliche Immobilien wieder einer dauerhaften neuen Nutzung zugeführt werden sollen und dann vielfach Anforderungen im Hinblick etwa auf Brandschutz, Behindertenfreundlichkeit oder Stellplätze erfüllen sollen, für die sie nicht vorbereitet sind und deren Herstellung den verfügbaren Kostenrahmen – auch im Hinblick auf mögliche Renditen – sprengt.

Projekttypen



Auch die Trennwirkung von Verkehrsbauwerken, wie im Dortmunder Stadtumbaugebiet Rheinische Straße, gefährdet Handel und Versorgung

[Projekttypen]

Im Folgenden werden erfolgreiche und innovative Beispiele für den Umgang mit gewerblichen Leerständen, die Revitalisierung von Gewerbeflächen und die Stabilisierung bzw. Sicherung von Standorten vorgestellt. Bei der Auswahl der Projekte wurde Wert auf eine große Bandbreite an Themen gelegt, um einen Querschnitt an Problemstellungen und potenziellen Lösungen präsentieren zu können.

Im Vordergrund stehen dabei Projekte die bereits abgeschlossen sind oder die sich in einer fortgeschrittenen Projektphase befinden, um deren Übertragbarkeit beurteilen zu können. Nicht alle Beispiele konzentrieren sich auf neuartige Ansätze und Konzepte. Aufgrund ihres erfolgreichen Verlaufs bieten aber vielfach auch konservative Beispiele und Strategieansätze sinnvolle Anregungen für die Praxis.

Das Ziel aller vorgestellten Projekte ist die Minimierung bzw. Beseitigung von Leerständen. Die Ansätze zur Erreichung dieses Zieles variieren jedoch erheblich. Grundsätzlich lässt sich zwischen Projekten die auf die Revitalisierung einer Immobilie oder eines Ladenlokals fokussieren und Projekten, die auf die Entwicklung des gesamten Standorts ausgerichtet sind, unterscheiden.

Die Beispiele differieren zudem, abgesehen von diesen räumlichen Bezügen und thematischen Unterschieden, vor allem hinsichtlich der beteiligten Akteuren und Akteursgeflechte sowie im Hinblick auf die Finanzierung.

Inhaltliche Themen und räumliche Bezüge

Die räumlichen Bezüge der ausgewählten Projekte reichen von einzelnen Räumlichkeiten, über die Objekt- und Quartiersebene bis hin zu gesamten Geschäftszentren. In Bezug auf ihre inhaltliche Ausrichtung lassen sich die Projekte in verschiedene thematische Gruppen untergliedern:

- Einzelhandel
- Gastronomie/ Hotellerie
- Gewerbe/ Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus.

Projekttypen

Nicht alle Beispielprojekte können eindeutig nur einer dieser Kategorien zugeordnet werden. Vielmehr basieren viele erfolgreiche Beispiele auf einer Kombination unterschiedlicher Angebote, da auf diese Weise mehr Kunden angezogen werden und ungewöhnliche Nutzungskopplungen das Interesse der Kunden wecken.

Akteure

Im Hinblick auf die beteiligten Akteure und Kooperationsformen unterscheiden sich die Projekte ebenfalls grundlegend voneinander. Der Impuls zur Umsetzung einiger Projekte ging allein von der Stadt oder Gemeinde aus, während andere durch die Bürgerschaft oder private Akteure initiiert wurden.

Dementsprechend reicht das Spektrum der Akteurskonstellationen von informellen Kooperationen über Public-Private-Partnerships bis hin zu ausschließlich kommunal gesteuerten Projekten.

Finanzierung

Die ausgewählten Projekte und Maßnahmen verfügten über sehr unterschiedliche Finanzierungsmodelle. Nicht immer standen dabei Großinvestitionen im Mittelpunkt des Interesses. Teilweise wurden konkrete Maßnahmen auch ohne wirtschaftliche Gewinninteressen oder durch ehrenamtliches Engagement eingeleitet. Weitere Projekte schafften Synergien durch die Bündelung privater Investitionen und verschiedener Fördermittel.

Die vorgestellten Projekte zeigen aber auch, dass bereits kleine finanzielle Impulse genügen können und das bürgerschaftliche Engagement sowie eine gute Vernetzung der Akteure eine ähnlich wichtige Bedeutung haben können.

Darstellung der Projekte

Anknüpfend an die beschriebenen Phasen und Elemente eines Strategischen Leerstandsmanagements sind die ausgewählten Praxisbeispiele den drei Kategorien

- Initiativen zur Standortentwicklung
- Zwischennutzungen, sowie
- Neu- und Umnutzungen zugeordnet.



Märkte, wie hier im Gelsenkirchener Stadtumbaugebiet City, können wichtige Frequenzbringer sein

Projektübersicht

Seite 40

[Gelsenkirchen-City]

Öffentlich-private Standort- und Immobilienmanagementgesellschaft als "Kümmerer" vor Ort und wichtiger Partner des Stadtumbau-Büros



Seite 42

[Innenstadtoffensive Neustadt]

Aktive Einbindung von Immobilienbesitzern in die nachhaltige Standortentwicklung durch Schaffung der Agentur als zentraler Ansprechpartner und Einführung eines dialogorientierten Verfahrens



Seite 44

[ISG Graf-Adolf-Straße]

Gemeinsame und abgestimmte Investitionen von privaten und öffentlichen Akteuren an einem Standort stoppen Abwertungsprozesse und erhöhen die Vermietbarkeit von Leerständen



Seite 46

[ISG Hauptstraße Winterberg]

Die Organisation von Immobilieneigentümern und Gewerbetreibenden in einer ISG ermöglicht Aufwertungsmaßnahmen am Standort und eine nachhaltige Standortentwicklung



Seite 48

[Zwischennutzungsagentur Wuppertal]

Standortbelebung und Leerstandsaktivierung mithilfe von Zwischennutzungen, Die Agentur vermittelt dabei zwischen Besitzern leerstehender Ladenlokale und potenziellen Nutzern





[Zwischennutzungsagentur Berlin]

Leer stehende Ladenlokale werden als Potenziale für die Stadtentwicklung bewertet. Eine eigene Agentur analysiert die Standorte und akquiriert passende Nutzer.



[Leben findet Innen Statt]

Seite 52

Schlüsselimmobilien aus dem städtischen Besitz werden unterschiedlichen Vereinen zur Pflege und Nutzung zur Verfügung gestellt. Einzelne kommunale Aufgaben können dadurch dauerhaft erhalten werden.



[Guck a Mol]

Seite 54

Die Wirtschaftsförderung Radolfzell bewirbt Leerstände offensiv. Dadurch wird eine positive Aufmerksamkeit geschaffen und Nutzungsinteressenten angezogen.



[Wir füllen Leerstände]

Seite 56

Mit jährlich wechselnden Events und Maßnahmen wird dem Problem der Nachfolgesuche von inhabergeführten Geschäften entgegen gewirkt und jugendliche Bevölkerung unterstützt.



[Runter vom Sofa - mach deinen Laden]

Seite 58

Ein Existenzgründerwettbewerb wird zur Ansiedlung neuer Einzelhändler genutzt. Die Gewinner des Wettbewerbs werden beraten und finanziell unterstützt.

Projektübersicht

Seite 60

[Innenstadtkarrees]

Innerhalb eines räumlich eindeutig definierten Bereiches entwickeln die beteiligten Akteure Ideen und Konzepte zur Umgestaltung und Aufwertung ihres Standorts.



Seite 62

[Bücherdorf]

Mit Hilfe einer Branchenspezialisierung wird ein Alleinstellungsmerkmal kreiert. Der hervorgerufene wirtschaftliche Aufschwung trägt zur Existenzsicherung bei.



Seite 64

[Unternehmergeist Roding]

Im Auftrag der Stadt wird von einem privaten Beratungsunternehmen ein Projektbüro eingerichtet. Es werden Nutzungskonzepte entwickelt und umfassende Existenzgründerberatungen durchgeführt.



Seite 66 [GIS-basiertes Flächeninformationssystem]

Die Stadt beauftragt zwei private Unternehmen mit der Entwicklung eines Flächeninformationssystems. Investoren erhalten dadurch Informationen zum Standort, eine gezielte Nutzerakquise wird möglich.



Seite 68

[Das Pixelhotel]

Durch die Initiative einer Gruppe junger Architekten wird im Rahmen des Kulturhauptstadtjahres 2009 in Linz ein Hotel mit Zimmern an außergewöhnlichen Orten geschaffen.





[Der Laden]

Aus Eigeninitiative nehmen drei Stuttgarter Kreative Kontakt mit Eigentümern und Immobilienmaklern auf, um Leerstände temporär mit ihren Werken zu reaktivieren.



[Moki Azubi-Shop]

Auszubildende eines Warenhauskonzerns bewirtschaften im Rahmen ihrer Ausbildung eigenständig ein ehemals leer stehendes Ladenlokal in der Oberhausener Innenstadt.



[Leerstand überbrücken]

Nachdem sich der Abriss einer leer stehenden Gewerbeimmobilie verzögert werden nacheinander unterschiedliche Zwischennutzungen angesiedelt.



[Cafe Moskau]

Aufgrund fehlender Kaufinteressenten und Nachnutzungsperspektiven entwickelt sich ein ehemaliges Restaurant zu einer beliebten Party-Locations.



[Residenzpost]

Die denkmalgeschützte Münchener Hauptpost beheimatet während der Planungsphase ihres Umbaus hochwertige Zwischennutzungen.

Projektübersicht

Seite 80

[Rückbau von Schlüsselimmobilien]

Durch Abriss zweier Großimmobilien werden neue innerstädtische Frei- und Einzelhandelsflächen geschaffen.



Seite 82

[Kunstschauenster]

Mit Werken regionaler Künstler und Designer werden die Schaufenster leer stehender Ladenlokale attraktiv gestaltet.



Seite 84

[Forum Troisdorf]

Im ehemaligen Hertie-Kaufhaus werden durch Flächenparzellierung mehrere Einzelhändler sowie die Stadtbibliothek und Volkshochschule angesiedelt.



Seite 86

[Bibliothek im Bahnhof]

Das leer stehende Bahnhofsgebäude wird durch die Ansiedlung der Stadtbibliothek revitalisiert und wird zu einem neuen Frequenzbringer in der Innenstadt.



Seite 88

[Altes Textilkaufhaus]

Aus dem Hobby einer jungen Architektin entwickelt sich eine leer stehende Gewerbeimmobilie zu einem Standort für ausgefallene Mode.





[Umnutzung eines Geschäftshauses]

Seite 90

Im Gebäude eines ehemaligen Autohandels werden durch einen privaten Träger vier behindertengerechte Gruppenwohnungen realisiert.



[Stilmix]

Seite 92

Zur Existenzsicherung geben drei Einzelhändler ihren Standort auf und eröffnen ein gemeinsames Geschäft in einem größeren Ladenlokal mit höherer Lagequalität.



[Das Unperfekthaus]

Seite 94

Ein privater Unternehmer kauft die Immobilie eines ehemaligen Klosters. Die Räumlichkeiten stellt er Existenzgründern und Kreativschaffenden zur Verfügung.



[Cafebar im Brückenhäuschen]

Seite 96

Zur dauerhaften Standortsicherung stellt die Stadt Brandenburg a. d. Havel einer Gastronomin einzelne Bereiche der öffentlichen Grünanlagen zur Verfügung.

Initiativen zur Standortentwicklung



Stadt:

- Gelsenkirchen

Einwohner:

- 262.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- 2003 - laufend



[Gelsenkirchen City]

Stärkung der Innenstadt durch Stadtumbau

Kontext:

Die Gelsenkirchener Innenstadt weist vielfältige Mängel und Probleme auf. Diese reichen von einer unzureichenden städtebaulichen Integration und funktionalen Problemen des Hauptbahnhofs über untergenutzte oder brachliegende Plätze und eine geringe Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums bis zu strukturellen Problemen des Einzelhandelsstandorts. Seit Ende der 1990er Jahre lässt sich ein fortschreitender Abwertungsprozess des Hauptgeschäftsbereichs beobachten. Verschiedene hochwertige Anbieter haben die Gelsenkirchener Innenstadt verlassen, während vermehrt niedrigpreisige Anbieter und Leerstände am Standort aufgetreten sind.

Das Forschungsfeld Stadtumbau West im Rahmen des Experimentellen Wohnungs- und Städtebaus (ExWoSt) bot die Möglichkeit, ein planerisches und gestalterisches Gesamtkonzept für die Erneuerung des Citybereichs, mit einem Schwerpunkt auf der Stärkung des Einzelhandels, umzusetzen.

Projektbeschreibung:

In einem zweijährigen, kooperativen Verfahren in Zusammenarbeit mit der Stadtmarketinggesellschaft, der Werbegemeinschaft City sowie weiteren Akteuren wurde mit dem „Leitplan City“ ein zukunftsorientiertes Aktionsprogramm erarbeitet, den der Stadtrat im Sommer 2003 verabschiedet hat. Dieser Leitplan hat Impulse mit nachhaltiger Wirkung initiiert und eine Orientierung für private und öffentliche Investitionen im Citybereich gegeben.

Zur Betreuung der Einzelhändler und Eigentümer in der City und zum Aufbau eines Leerstands- und Vermietungsmanagement wurde im Oktober 2004 ein so genannter „Kümmerer“ eingestellt. Dieser erarbeitete u.a. auch ein Branchenmixkonzept sowie Konzepte zur Modernisierung der Fußgängerzone. Darüber hinaus wurde ein Einzelhandels-Informationssystem (EIS) entwickelt, das umfangreiche Informationen über alle Einzelhandels- und Gewerbeobjekte in der Innenstadt beinhaltet. Dieses System vereinigt Informationen über Ladenleerstände und die am Standort ansässigen Nutzungen in vorbildlicher Weise.

Als weitere Maßnahme wurden, im Dialog mit allen innenstadtrelevanten Akteuren, Anforderungen an die zukünftige Gestaltung von Fassaden, Gebäuden und öffentlichen Räumen erarbeitet, die zu einer Gestaltungssatzung und einer begleitenden Bau- und Gestaltungsberatung führten. Flankierend wurde ein Förderprogramm zur Modernisierung von Einzelhandels- und Büroflächen im Bereich der City aufgelegt.

Initiativen zur Standortentwicklung

Ein wichtiger Akteur in der Umsetzung der Gesamtstrategie zur Belebung der Innenstadt ist die Standort- und Immobilienmanagement-Gesellschaft Gelsenkirchen-City mbH (SIG). Die Aufgaben dieser öffentlich-privaten Partnerschaft liegen vor allem im Standortmarketing und in der Einbeziehung der Grundstücks- und Immobilienbesitzer sowie der Gewerbetreibenden in die Entwicklung des Standorts und der Gebäude. Die SIG arbeitet dabei eng mit dem in der Innenstadt tätigen Stadtumbaubüro zusammen und übernimmt zum Teil auch öffentliche Aufgaben, wie den Betrieb von Wochenmärkten.

Maßnahmen:

- Einstellung eines Citymanagers als "Kümmerer"
- Modernisierungsprogramm für gewerbliche Immobilien
- Gestaltungssatzung und Bau- und Gestaltungsberatung
- Leerstandsmanagements- und Einzelhandelsinformationssystem
- Standort- und Immobilienmanagementgesellschaft als öffentlich-privater Akteur

Innovation:

Das Beispiel zeichnet sich durch die gute Zusammenarbeit von öffentlichen und privaten Akteuren aus. Diese wurde zunächst durch den Citymanager organisiert, dessen Aufgaben später in die Standort- und Immobilienmanagement-Gesellschaft Gelsenkirchen-City mbH (SIG) übergegangen sind. Hervorzuheben ist zudem auch die enge fachlich-strategische Einbindung des Kümmerers und der SIG in die Arbeit des Stadtumbauteams. Mit der Gestaltungssatzung und dem unterstützenden Modernisierungsprogramm sowie dem Einzelhandelsinformationssystem konnte eine städtebauliche und funktionale Aufwertung des Gesamtstandorts eingeleitet werden. Diese konnte insbesondere durch die Arbeit des vor Ort ansässigen Stadtumbaubüros, die Arbeit des Kümmerers und der SIG sowie eine konsequente Beteiligungsarbeit erreicht werden.

Fazit:

Das vorliegende Beispiel zeigt beispielhaft welche Möglichkeiten zur funktionalen und städtebaulich-gestalterischen Aufwertung von Innenstädten das Programm Stadtumbau West bietet. Zudem wird die Bedeutung einer intensiven Einbindung der verschiedenen Akteure vor Ort und eines zentralen Ansprechpartners deutlich.

Sowohl die strukturierte Vorgehensweise als auch einzelne Maßnahmen, wie eine Gestaltungssatzung oder das Einzelhandelsinformationssystem, lassen sich auf andere Städte im Förderprogramm übertragen.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Stadtumbaubüro
Gelsenkirchen-City,
Bahnhofstr. 26
45879 Gelsenkirchen
Tel.: 0209 - 9256453
stephan.kemper@gelsenkirchen.de

Initiativen zur Standortentwicklung



Stadt:

- Neustadt an der Weinstraße

Einwohner:

- 53.500

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- Januar 2009 - laufend



[Innenstadtoffensive Neustadt an der Weinstraße]

Eigentümer und Nutzer mit innovativen Elementen vernetzen

Kontext:

Die Stärkung der Innenstadt ist eines der Oberziele der Stadt Neustadt an der Weinstraße. Hierfür wurde von Seiten der Stadt eine Innenstadtoffensive gestartet, die auf eine Stärkung der Nutzungsvielfalt und Nutzungsdichte von Wohnen, Arbeiten, Gastronomie, Einkaufen, Bildung und Kultur im historischen Stadtkern abzielt. Im Rahmen dieser Innenstadtoffensive fand, neben der Initiierung eines Stadtmarketings, u.a. auch die Gründung der so genannte Innenstadtagentur statt.

Projektbeschreibung:

Die Innenstadtagentur hat im Januar 2009 ihre Arbeit aufgenommen. Die zentrale Aufgabe der Agentur ist die Aktivierung von Eigentümern für die Verbesserung der Bedingungen am Standort. Die Einbindung und Aktivierung der Immobilienbesitzer soll über einen Immobilien-Dialog erfolgen. Darüber hinaus ist es das Ziel der Innenstadtagentur ein Immobilienmanagement zu etablieren und Beratungs- und Koordinierungsmöglichkeiten für Eigentümer, Gewerbetreibende und Geschäftsinhaber zu schaffen, um die Potentiale der einzelnen Immobilien auszuloten.

Die Innenstadtagentur will die Nutzungsqualität und Attraktivität innerstädtischer Immobilien steigern, privaten Investitionen in die Gebäudeerhaltung aktivieren sowie ein Nutzungs- und Leerstandsmanagement aufbauen. Mit ihren Beratungsleistungen will die Agentur zudem auf eine Optimierung des Branchenmixes im Einzelhandel hinarbeiten. Sie übernimmt somit die Rolle des zentralen Managers und „Kümmerers“ für alle immobilienbezogenen Belange der Innenstadtentwicklung.

Eine der zentralen Maßnahmen ist der Aufbau eines Nutzungs- und Leerstandsmanagements, um Flächenanbieter und Nachfrager bei der Belegung von Ladenleerständen mit geeigneten Nutzungen zu unterstützen. Hierfür ist zunächst der Aufbau und die Pflege von Datenbanken notwendig, die angebotene und nachgefragte Flächen in der Neustädter Innenstadt beinhalten.

Die Immobilieneigentümer und Geschäftsinhaber werden mit Hilfe von Printmedien und einer Internetseite sowie in öffentlichen Veranstaltungen über das Projekt des Nutzungs- und Leerstandsmanagement im Rahmen des oben beschriebenen Immobilien-Dialogs informiert.

Initiativen zur Standortentwicklung

Die Innenstadtagentur ist ein Pilotprojekt im Rahmen der Nationalen Stadtentwicklungspolitik des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung. Der Sitz der Agentur befindet sich zwar in den Räumlichkeiten der Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Neustadt an der Weinstraße, sie wird jedoch durch ein extern beauftragtes Expertenteam, die StadtIMPULS GbR, unterstützt.

Maßnahmen:

- Aufbau einer Innenstadtagentur zur Steigerung der Nutzungsqualität und Attraktivität innerstädtischer Immobilien
- Initiierung eines Immobilien-Dialogs zur Einbindung von Immobilieneigentümern in die Standortentwicklung
- Aufbau eines Nutzungs- und Leerstandsmanagements
- Öffentlichkeitsarbeit über Printmedien, Internetseite und öffentliche Veranstaltungen

Innovation:

Eine Innovation dieses Modellprojekts liegt in der unmittelbaren und gezielten Ansprache der Immobilieneigentümer und ihrer umfassenden Einbindung in die Standortentwicklung. Dieser Ansatz zur Aktivierung von Immobilieneigentümern ohne den Einsatz von „Zwangsinstrumenten“, wie z.B. ISGs bzw. BIDs, ist insbesondere vor dem Hintergrund, dass die Einbeziehung der Eigentümer eine der wesentlichen Barrieren eines erfolgreichen Leerstandsmanagements darstellt, von besonderem Interesse.

Zudem ist die Integration von Nutzungen und Leerständen in einer umfassenden Datenbank ein geeignetes Instrument für die nachhaltige, an den Potenzialen des Standorts orientierte Neuausrichtung und Profilierung des Standorts.

Fazit:

In wieweit der Ansatz der Innenstadtagentur die Immobilieneigentümer zu zentralen Akteuren der Standortentwicklung zu machen, erfolgreich sein wird bzw. welche Verbesserungsmöglichkeiten es für zukünftige Projekte geben könnte, kann erst nach Ende des erst Anfang 2009 begonnenen Modellprojekts abschließend beurteilt werden.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus

Kontakt:

InnenstadtAgentur Stadt
Neustadt an der Weinstraße
Badstubengasse 8
67433 Neustadt/Weinstraße
Tel.: 06321 - 89009216
info@innenstadtagentur-nw.de
www.innenstadtagentur-nw.de

Initiativen zur Standortentwicklung



Stadt:

- Düsseldorf

Einwohner:

- 584.000

Standorttyp:

- Nebenkage Innenstadt

Zeitraum:

- 2005 - laufend



[Düsseldorf - Graf-Adolf-Straße]

Standortbelebung durch abgestimmte Aufwertungsmaßnahmen

Kontext:

Anfang des 20. Jahrhunderts entwickelte sich die Graf-Adolf-Straße zu einer prachtvollen Promenade mit gründerzeitlichen Wohn- und Geschäftsgebäuden sowie zahlreichen Theatern, Kinos und Cafés. Durch das Aufkommen von Multiplexkinos an anderen Standorten, schlossen viele traditionelle Kinos und Theater an der Graf-Adolf-Straße. Die Abwertungsprozesse haben dazu geführt, dass sich vermehrt Sexshops und Nachtlokale an der Geschäftsstraße angesiedelt haben. Diese Nutzungen sowie das unattraktive Straßenbild und vermehrte Ladenleerstände prägten vermehrt die öffentliche Wahrnehmung der Straße.

Projektbeschreibung:

Im Jahr 2005 wurde die Einrichtung einer Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) am Standort „Graf-Adolf-Straße“ vom „Forum Stadt-Marketing Düsseldorf e.V.“ angeregt und in der Folge finanziell unterstützt. Der Aufbau der ISG wird als Modellprojekt vom Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen gefördert und gemeinsam vom Land, der Kommune und den privaten Akteuren am Standort finanziert. Zielsetzung der ISG Graf-Adolf-Straße ist es, gemeinsam mit den ansässigen Unternehmen und Immobilieneigentümern Aufwertungsmaßnahmen durchzuführen und somit die Attraktivität des Quartiers für Anlieger und Kunden zu steigern. Neben der Durchführung von Maßnahmen zur Aufwertung des öffentlichen Raumes, strebt die ISG Verbesserungen des Branchenmix sowie des Images an.

Als Maßnahmen zur Aufwertung des öffentlichen Raumes finanzierte die Stadt neue Haltespuren sowie eine neue Fußgängerquerung und eine Ampelanlage. Außerdem wurde die Straßenmöblierung erneuert, es wurden neue Pflanzbeete und Baumstandorte geschaffen und eine zusätzliche Gehwegbeleuchtung installiert, um die Atmosphäre der Straße zu verbessern. Einige Immobilieneigentümer ließen zeitgleich auf eigene Kosten die Bürgersteigflächen entlang ihrer Gebäude erneuern.

Die Einführung eines nächtlichen Kontrolldienstes steigerte nicht nur das Sicherheitsempfinden der Kunden und Bewohner, sondern trug auch zu einer verbesserten Sauberkeit bei. Im Rahmen dieser Maßnahme werden u. a. Hauseingänge kontrolliert und wilde Plakate beseitigt.

Die Umgestaltungsmaßnahmen wurden im Rahmen zweier Einweihungsfeiern öffentlichkeitswirksam bekannt gemacht haben. In der

Initiativen zur Standortentwicklung

Presse haben diese Veranstaltungen eine positive Resonanz erhalten und trugen dazu bei, dass das Image des Standortes verbessert wurde. Über eine eigene Internetseite [www.graf-adolf-strasse.de] werden Informationen zu den Maßnahmen, die im Rahmen der ISG durchgeführt werden, präsentiert. Zudem werden allgemeine Informationen im Postkartenformat gedruckt und in den Läden auf der Graf-Adolf-Straße ausgelegt.

Maßnahmen:

- Einbindung von Immobilieneigentümern und Gewerbetreibenden in die Standortentwicklung durch Gründung einer ISG
- gemeinsame Finanzierung von Aufwertungsmaßnahmen im öffentlichen Raum
- Verbesserung der Sicherheitsempfindens durch Organisation und Finanzierung eines nächtlichen Kontrolldienstes
- Aufwertung der Eingangsbereiche von Gebäuden
- Aktive Öffentlichkeitsarbeit mit dem Ziel eines langfristigen Imagewandels

Innovation:

Die Einbindung von Immobilieneigentümern und Gewerbetreibenden in eine ISG ermöglichte die gemeinsame Aufwertung des Gesamtstandorts Graf-Adolf-Straße. Durch öffentliche und private Investitionen in den Standort konnte der Trading-Down-Prozess gestoppt und umgekehrt werden. Dadurch erhöhten sich auch die Vermietungsmöglichkeiten der Vermieter für am Standort vorhandene Ladenleerstände.

Die Beschäftigung eines Straßenhausmeisters trägt zur dauerhaft ansprechend Gestaltung des öffentlichen Raums bei. Durch die nächtlichen Kontrollgänge und die Installation zusätzlicher Beleuchtung können Angsträume beseitigt und somit das subjektive Angstempfinden minimiert werden.

Fazit:

Die ISG Graf-Adolf-Straße zeigt, dass durch zielgerichtetes und abgestimmtes Zusammenwirken von öffentlichen und privaten Akteuren Trading-Down-Prozesse aufgehalten werden können und sich die Vermietungschancen am Standort steigern lassen. Die gemeinsamen Aktionen und Maßnahmen der ISG führten zudem zu einem Imagewandel und einer größeren Akzeptanz der Graf-Adolf-Straße als innerstädtischer Geschäftsstandort.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

ISG Graf-Adolf-Straße e.V.
c/o Stadt- und Regionalplanung
Dr. Paul. G. Jansen GmbH
Bachemer Straße 115,
50931 Köln
Tel.: 0221 - 940720
Fax: 0221 - 940720
info@stadtplanung-dr-jansen.de
www.graf-adolf-strasse.de

Initiativen zur Standortentwicklung



Stadt:

- Winterberg

Einwohner:

- 14.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- 2006 - laufend



[ISG Hauptstraße Winterberg]

ISG als Instrument zur Einbindung von Akteuren in die Standortentwicklung

Kontext:

Die Hauptstraße bildet den Kern des innerstädtischen Geschäftszentrums in der Stadt Winterberg. Seit dem Bau eines Einkaufszentrums in integrierter Lage im Jahr 2002 kam es zur Wertminderung der gewerblich genutzten Immobilien. Leere Schaufenster, sinkende Handelsumsätze und fallende Mietpreise, nachlassende Wohn- und Lebensqualität sowie Abwanderungsbewegungen sind Indikatoren des voranschreitenden Trading-Down-Prozesses. Um diesen Prozess aufzuhalten wurde eine ISG gegründet, die für einen Projektzeitraum von 18 Monaten durch das Land NRW gefördert wurde.

Projektbeschreibung:

Als Leitziele formulierte die ISG zum einen die Standortsicherung und die langfristige Aufwertung der Hauptstraße. Durch ein umfangreiches Maßnahmenprogramm soll die Hauptstraße als attraktive Wohn- und Geschäftszone etabliert werden.

Die Gründung der ISG ermöglichte es in der Folge eine Vielzahl kleiner Maßnahmen zur Aufwertung des Standorts und seines Erscheinungsbilds durchzuführen. So wurde zur besseren Beschilderung des Geschäftszentrums ein beleuchtetes Eingangs- bzw. Übersichtsschild im Eingangsbereich der Hauptstraße aufgestellt, das alle im Gebiet der ISG liegenden Geschäfte und Dienstleister zeigt. Um die Straßensicht attraktiver zu gestalten, wurde ein als störend empfundenen Hochbeet entfernt. Als Ausgleich wurden Baumscheibenpatenschaften übernommen und in einer gemeinschaftlichen Aktion die Baumscheiben ansprechend bepflanzt. Darüber hinaus wurde als vorbereitende Maßnahme für ein Lichtkonzept eine Probebeleuchtung durchgeführt.

Im Rahmen des Standortmarketings wurden Events, wie das „After-Work-Shopping“, durchgeführt. Hierzu wurden die Öffnungszeiten der teilnehmenden Läden bis auf 22 Uhr ausgeweitet und ein begleitendes kulturelles und gastronomisches Programm geschaffen. Des Weiteren haben die Mitglieder der ISG in der Vorweihnachtszeit eine einheitliche Weihnachtsdekoration für den Straßenraum und die Läden organisiert und angebracht, wodurch ein hochwertiges Erscheinungsbild sichergestellt wurde, dass auch über die Stadtgrenzen hinaus positiv wahrgenommen wurde.

Initiativen zur Standortentwicklung

Einzelne Maßnahmen, wie das Konzept einer Spielstraße, die Umsetzung eines Lichtkonzepts und die Verbesserung der Branchenmischung, konnten im Rahmen des Modellprojekts noch nicht umgesetzt werden. Daher wurde die ISG, nach Ablauf der 18-monatigen Förderung durch das Land, auf der neu geschaffenen gesetzlichen Grundlage fortgesetzt. Die Finanzierung des Modellprojekts erfolgte zu 60% durch das Land NRW, zu 30 % durch die Kommune und zu 10% durch die Mitglieder der ISG].

Maßnahmen:

- Einbindung von Immobilieneigentümern und Gewerbetreibenden in die Standortentwicklung durch Gründung einer ISG
- gemeinsame Finanzierung der Aufwertung des Standortes durch Gestaltung und Beschilderung
- Öffentlichkeitsarbeit und Standortmarketing durch Organisation und Durchführung von Events
- Weiterführung der ISG nach Ende des Modellprojekts

Innovation:

Durch kleinere Maßnahmen und Events wird positive Aufmerksamkeit für den Geschäftsstandort Hauptstraße geschaffen. Kostenintensivere Maßnahmen wie das Leuchtkonzept werden zunächst erprobt, um ihre Notwendigkeit und Wirkung sinnvoll beurteilen zu können. Durch diese Maßnahmen konnte der voranschreitenden Abwertung des Standorts entgegengewirkt werden und die Entstehung neuer Leerstände gestoppt werden.

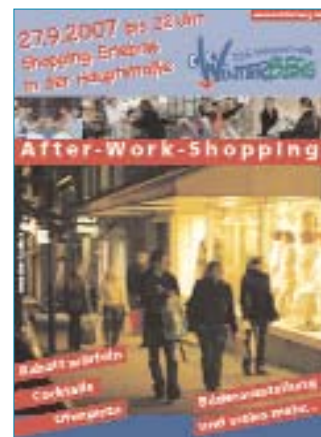
Fazit:

Das Beispiel der ISG Hauptstraße Winterberg zeigt, dass Stabilisierung eines Einzelhandels vorwiegend standortbezogen erfolgen sollte. Zwar wurden einzelne Maßnahmen kurzfristig realisiert, insgesamt besteht jedoch weiterhin Handlungsbedarf. Kostenintensive bzw. zeitaufwändige Maßnahmen wie das Spielstraßenkonzept benötigen längere Zeiträume als die 18 Monate des Modellprojekts.

Dementsprechend eignet sich eine ISG nur bedingt für kurzfristige Ansätze, sondern ist vielmehr als langfristiges Projekt der nachhaltigen Standortentwicklung zu bewerten.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Verein für Stadtmarketing
Winterberg mit seinen Dörfern
Hauptstraße 6
59955 Winterberg
Tel.: 02981 - 927455
Fax: 02981 - 925024
info@stadtmarketing-winterberg.de
www.stadtmarketing-winterberg.de

Initiativen zur Standortentwicklung



Stadt:

- Wuppertal

Einwohner:

- 353.000

Standorttyp:

- Stadtteile

Zeitraum:

- Mai 2007 - laufend

[Zwischennutzungsagentur Wuppertal]

Temporäre Nutzungen als Beitrag zur Leerstandsbelebung

Kontext:

In den Wuppertaler Gründerzeitvierteln stehen viele Ladenlokale leer. Die Konzentration des Einzelhandel in der Innenstadt oder an eigens dafür entwickelten Standorten sowie der wirtschaftliche und demographische Wandel machen es erforderlich, neue Nutzungen für die kleinteiligen Ladenleerstände in den Stadtteilen zu finden.

Projektbeschreibung:

Eine Belebung der leerstehenden Ladenlokale in den verschiedenen Stadtteilen erfordert die Entwicklung zukunftsorientierter Nutzungskonzepte, die es gemeinsam mit den Immobilieneigentümern, Gewerbetreibenden und Bewohnern voranzutreiben gilt. Hierzu wurde im Mai 2007 die Zwischennutzungsagentur Wuppertal gegründet.

Die Zwischennutzungsagentur ist eine kostenlose Beratungs- und Vernetzungsplattform für die Eigentümer leerstehender Gewerbeobjekte und potenzielle Nutzer. Ihr Ziel ist, es durch Zwischennutzungen von leerstehenden Räumen einen neuen Mietermarkt zu erschließen und neue Nutzungsmöglichkeiten für die Leerstände zu eröffnen. Die Vermieter stellen ihre Flächen hierfür üblicherweise mietfrei zur Verfügung, die Zwischennutzer zahlen nur die Betriebskosten.

Die Zwischennutzungsagentur unterstützt Interessierte bei der Suche nach Ladenlokalen, bringt sie mit den Eigentümern geeigneter Ladenlokale zusammen und bietet Hilfestellungen bei den Vertragsverhandlungen. Die Zwischennutzungsagentur berät darüber hinaus Existenzgründer bei der Suche nach Gewerbeobjekten und bietet Unterstützung für Hauseigentümer bei notwendigen Genehmigungsverfahren, wie etwa bei Nutzungsänderungen.

Die Identifikation und Ansprache von Eigentümern und die Überzeugung der Immobilienbesitzer ihre Leerstände für Zwischennutzungen kostenfrei zur Verfügung zu stellen, sind ein weiterer wichtiger Bestandteil und eine große Herausforderung in der Arbeit der Zwischennutzungsagentur. Dabei mussten nicht nur vorhandene Skepsis auf Seiten der Eigentümer abgebaut werden, sondern auch sprachliche Barrieren überwunden werden.

Das Projekt Zwischenagentur wird vom Büro ORG.Beratung durchgeführt und aus Mitteln der Städtebauförderung, d. h. den Programmen Stadtumbau West und Soziale Stadt, finanziert. Die Agentur ist aufgrund dieser Förderung nicht im gesamten Stadtgebiet aktiv, sondern konzentriert ihre Arbeit auf die Gebiete dieser beiden

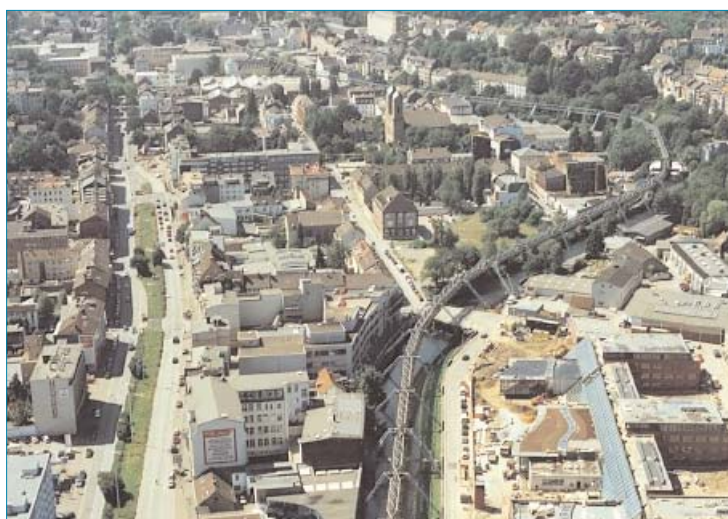


Initiativen zur Standortentwicklung

Förderprogramme. Es handelt sich dabei um die besonders stark von Ladenleerständen betroffenen Stadtteile Arrenberg, Elberfelder Nordstadt, Unterbarmen und Oberbarmen/ Wichlinghausen-Süd.

Maßnahmen:

- Gründung der Zwischennutzungsagentur
- Aufbau eines Leerstandskatasters
- Überzeugung der Immobilieneigentümer
- Vermittlung geeigneter Ladenlokale und Beratung



Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Innovation:

Eine Innovation des Projekts liegt in der gezielten Ansprache der Eigentümer und in der Schaffung von Bereitschaft bei diesen Akteuren, ihre leerstehenden Gewerbeobjekte und Ladenlokale in das Projekt einzubringen. Hierzu wurden sowohl Einzelgespräche mit den Immobilienbesitzern geführt als auch eine Ideenkonferenz veranstaltet.

Interessant ist zudem der Projektansatz, durch Zwischennutzungen die Nutzungsmöglichkeiten von Leerständen zu erproben und darzustellen und auf diese Weise langfristig neue Mieter für die Leerstände zu interessieren.

Fazit:

Das Projekt lässt sich generell auch auf andere Standorte übertragen, jedoch ist die Umsetzung relativ personalintensiv. Der Erfolg hängt zudem im Wesentlichen davon ab, ob und in wie weit es gelingt, Eigentümer für eine Mitwirkung zu gewinnen und interessierte Nutzer für den Standort zu finden.

Kontakt:

Zwischennutzungsagentur
Zimmerstraße 40
42105 Wuppertal
Tel.: 0202 - 4957018
Fax: 0202 - 4957017
info@zwischennutzungsagentur-wuppertal.de
www.zwischennutzungsagentur-wuppertal.de

Initiativen zur Standortentwicklung



Stadt:

- Berlin

Einwohner:

- 3.400.000

Standorttyp:

- Stadtteil

Zeitraum:

- Anfang 2006 - laufend

[Zwischennutzungsagentur Berlin]

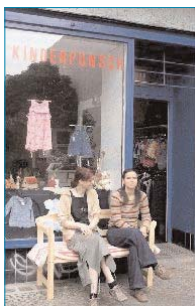
Gründung einer Agentur zur Leerstandsaktivierung

Kontext:

Rund um den Reuterplatz, in einem benachteiligten Quartier im Berliner Bezirk Neukölln, standen im Jahr 2005 mehr als hundert Ladenlokale leer. Dies war zum einen auf das negative Image des Standortes, die Sozialstruktur und die damit einhergehende niedrige Kaufkraft sowie zum anderen auf funktionale Defizite der Ladenflächen zurückzuführen. Da die Gewerbeflächen im Reuterquartier den Anforderungen des modernen Einzelhandels nicht mehr gerecht wurden, ließen sie sich kaum noch vermieten oder einer ansprechenden Nutzung zuführen.

Projektbeschreibung:

Aufgrund der steigenden Leerstandsproblematik gelang es dem Quartiersmanagement Reuterplatz in Kooperation mit der Initiative 'workstation ideenwerkstatt berlin e.V.' im Rahmen des Programms Soziale Stadt öffentliche Fördergelder der Europäischen Union, des Bundes und der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung für eine umfassende Strategie zu akquirieren. Mit Hilfe dieser Fördermittel wurde eine private Agentur gegründet, die Konzepte zur Entwicklung des Standortes und zur Belebung der Ladenlokale umsetzen sollte: die Zwischennutzungsagentur. Zu Beginn des Projektes wurde zunächst eine Standortanalyse durchgeführt. Im Anschluss wurden gezielt Existenzgründer, Vereine und Kulturschaffende als potenzielle Nutzungsinteressenten erfasst, um dann mit ihnen ein wirtschaftlich tragfähiges Konzept zu erarbeiten. Parallel wurde ein Kataster geeigneter Ladenlokale aufgebaut, das auch die Kontaktdaten der Eigentümer umfasste.



Durch intensive Gespräche und moderierte Objektbegehungen wurde den Eigentümern aufgezeigt, welches Potenzial ihre Ladenlokale für die Quartiersentwicklung haben könnten. Einer kurzfristigen Neunutzung standen zunächst jedoch zu hohe Mietanforderungen gegenüber. Erst durch die Vermittlung der Idee, durch Zwischennutzungen eine nachhaltige Quartiersentwicklung zu initiieren, waren die Eigentümer bereit, auf Mieteinnahmen zu verzichten und in die Wiederherstellung ihrer Ladenlokale zu investieren. Nach Abschluss dieser Vorarbeiten wurde für die Nutzungsinteressenten nach entsprechenden Objekten gesucht und ein Kontakt zwischen den Akteuren hergestellt.

Mit Hilfe von befristeten Nutzungsverträgen gelang es vor allem, Existenzgründer aus kreativen Berufen anzusiedeln, da es für diese Nutzergruppe einen erhöhten Bedarf an Atelierflächen in Berlin gab. Die Zwischennutzungsagentur unterstützte die Existenzgründer

Initiativen zur Standortentwicklung

zusätzlich bei der Bildung von Kompetenz-Clustern, z.B. durch Veranstaltungen oder in Form von Newslettern.

Während der auf drei Jahre begrenzten Projektlaufzeit konnte etwa die Hälfte der Leerstände mit einer neuen Nutzung gefüllt und dabei bis zu 120 Arbeitsplätze geschaffen werden. Eine Vielzahl von Unternehmen konnte nach erfolgreicher Existenzgründung durch längerfristige Mietverträge an den Standort gebunden werden. Aufgrund des erfolgreichen Projektverlaufes wurde zu Beginn des Jahres 2008 ein Folgeprojekt initiiert, dass vom Haus- und Grundeigentümergebiet Berlin-Neukölln mitgetragen wird.

Maßnahmen:

- Gründung der Zwischennutzungsagentur
- Sammlung von Nutzungsinteressenten und Aufbau einer Leerstandsdatenbank
- Erarbeitung von tragfähigen Geschäftskonzepten
- Moderationsverfahren
- Unterstützung von Existenzgründern durch Bildung von Kompetenz-Clustern
- Zeitlich befristete Nutzungsverträge

Innovation:

Die Zwischennutzungsagentur betreut kreative Existenzgründer und vermittelt zwischen Eigentümern und Nutzern. Die Unterstützung und Vernetzung der Nutzer trägt dazu bei, dass sich die Zwischenutzer dauerhaft mit ihrem Unternehmen etablieren können und an ihrem Standort verbleiben und so das Quartier dauerhaft beleben. Das Bilden von spezialisierten Standorten zeigt einen beispielhaften Weg für die Vermietung nicht genutzter Gewerbeflächen auf Quartiersebene.

Fazit:

Der erfolgreiche Projektverlauf zeigt sich nicht nur durch den Rückgang von Leerständen, sondern darüber hinaus durch die Initiierung eines Nachfolgeprojektes. Hervorzuheben ist der Ansatz, einen Akteur als Moderator bzw. Vermittler zu benennen, um bei den oftmals auftretenden Schwierigkeiten bei der Kooperation zwischen Eigentümern, Nutzern, Verwaltung und Politik zu vermitteln.

Grundsätzlich lässt sich der Ansatz einer Zwischennutzungsagentur auf andere Standorte übertragen. Der Erfolg des Konzeptes ist jedoch von den lokalen Gegebenheiten und der Mitwirkungsbereitschaft der einzelnen Akteure abhängig.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Zwischennutzungsagentur
Lenastraße 12
12047 Berlin
Tel.: 030 - 62726362
Fax: 030 - 62726442
service@zwischennutzungs-agentur.de

Initiativen zur Standortentwicklung



Stadt:

- Beeskow

Einwohner:

- 8.200

Standorttyp:

- Ortskern

Zeitraum:

- bis Ende 2005

[Leben findet Innen Statt]

Betreiberverträge für öffentliche Schlüsselimmobilien

Kontext:

Nachdem die umfangreichen Sanierungsmaßnahmen in der historischen Innenstadt Beeskows während der 1990er-Jahre abgeschlossen waren, standen bedeutende innerstädtische Immobilien leer. Vornehmlich handelte es sich bei den Objekten um städtische Gebäude, für die es keine attraktiven öffentlichen Nutzungen gab und deren Reaktivierung durch die streng limitierten kommunalen Finanzen erschwert wurde.

Projektbeschreibung:

Mit dem Ziel, die Belebung der Innenstadt trotz fehlender finanzieller Möglichkeiten weiter voran zu bringen, entwickelte das Amt für Liegenschaften ein neuartiges Vermietungskonzept. Die nicht mehr benötigten öffentlichen Gebäude wurden Bürgern und Vereinen zur Verfügung gestellt, um sie mit neuen Nutzungen zu füllen. Hierzu wurden individuell gestaltete Mietkonzepte erarbeitet, die auch einen temporären Mietverzicht beinhalteten. Zusätzlich stellte die Stadt den Nutzern finanzielle Zuschüsse zur Verfügung, wenn sie dafür bestimmte öffentliche Aufgaben übernahmen. Die übrige Finanzierung erfolgt mit Hilfe von Mitgliedsbeiträgen, Spenden und sonstigen Erlösen der einzelnen Nutzer. Zur Festlegung dieser Rahmenbestimmungen wurden zwischen der Stadt und den Nutzern so genannte Betreiberverträge abgeschlossen.

Bis zum Jahr 2005 konnten alle ehemals leer stehenden städtischen Gebäude an unterschiedliche Nutzer übergeben werden, die selbstständig die Realisierung ihrer Projekte übernahmen. Das Gebäude der Stadtbibliothek und des Stadtarchives wurde an den Verein "Kupferschmiede Beeskow e.V." übergeben, der die Leitung der städtischen Nutzungen übernahm und zudem Lesungen, Aufführungen und Diskussionsforen durchführt. Im historischen Feuerweherschlauchturm wurde durch die Initiative eines privaten Betreibers eine Kletterhalle eingerichtet. Die Stadtkirche wurde an den Förderverein Marienorgel Beeskow e.V. übergeben, der zur Finanzierung des Kirchenrestaurierung Spendengelder sammelt sowie Ausstellungen und Konzerte organisiert. Die Verwaltungsaufgaben, inklusive der Finanzplanungen für die Grundschule I, wurden von der öffentlichen Hand an den Förderkreis der Schule übergeben, so dass die Stadt nur noch als Schulträger fungierte. Ein weiteres Gebäude wurde von der Stadt in Kooperation mit dem gemeinnützigen Verein Bumerang e.V. ausgebaut und zum Begegnungszentrum "Treffpunkt Generationenhaus" umgestaltet. Der Kunstkreis Beeskow e.V. übernahm die Pflege des unter Denkmalschutz stehenden ältesten Stadtgebäudes und führt dort Veranstaltungen und künstlerische Kurse durch.



Initiativen zur Standortentwicklung

Durch das Projekt konnte insgesamt eine Verbesserung der kommunalen Wirtschaftlichkeit sowie eine transparentere Darstellung der Kosten erreicht werden. Gleichzeitig wurden positive Synergieeffekte zur Belebung der Innenstadt initiiert. Allgemein besteht für die neuen Nutzer die Möglichkeit, flexibler auf Veränderungen reagieren zu können als es der städtischen Verwaltung möglich wäre. Dennoch stehen die Nutzer in einem engen Dialog mit der Stadtverwaltung und kooperieren auch untereinander, wodurch bürokratische Hemmnisse überwunden werden können. Nach der Übergabe der Immobilien und der Realisierung ihrer Neunutzungen sind die Besucherzahlen der einzelnen Objekte nicht gesunken, sondern haben sich teilweise sogar erhöht. Alles in allem ist eine deutliche Belebung der Innenstadt, die sich auch in den Abendstunden fortsetzt, spürbar.

Maßnahmen:

- Betreiberverträge
- Temporärer Verzicht auf Mieteinnahmen
- Übertragung öffentlicher Aufgaben an private Akteure
- Bereitstellung von Fördergeldern

Innovation:

Durch die Übergabe der Immobilien an private Akteure oder Vereine reduzieren sich die kommunalen Ausgaben und parallel erhöht sich die Flexibilität auf der Organisationsebene. Außerdem wird eine verstärkte Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Stadt erreicht.

Fazit:

Vor dem Hintergrund zurückgehender öffentlicher Finanzmittel stellt das Beeskower Vermietungsmodell einen interessanten Ansatz zur Stärkung des Geschäftszentrums dar. Kritisch zu bewerten ist der Rückzug der Kommune aus einzelnen öffentlichen Aufgaben. Andererseits wird die soziale Infrastruktur durch ehrenamtliches Engagement gesichert.

Ein entscheidender Faktor bei der Implementierung des Modells ist die Position der Stadt. Sie ist Besitzer aller betroffener Immobilien und kann eigenständig über ihre Verwertung entscheiden, ein Abstimmungsprozess entfällt. Gleichzeitig erschwert dies die Übertragbarkeit auf andere Standorte. Die Neunutzung mehrerer zentraler Objekte im Rahmen einer ganzheitlichen Strategie kann durch unterschiedliche Interessen der einzelnen Eigentümer erschwert oder sogar verhindert werden. Generell können Betreiberverträge aber auch ein hilfreiches Instrument zur Reaktivierung einzelner Gebäude darstellen.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Stadtverwaltung Beeskow
Herr Henkel
Berliner Straße 30
15848 Beeskow
Tel.: 03366 - 42220
rathaus@beeskow.de

Initiativen zur Standortentwicklung



[Guck a Mol]

Offensive Präsentation von Leerständen

Stadt:

- Radolfzell

Einwohner:

- 30.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- 09/2009 - laufend

Kontext:

Die Stadt Radolfzell am Bodensee hat aufgrund ihrer Lage zwischen den beiden Städten Konstanz und Singen einen erheblichen Abfluss an Kaufkraft zu verzeichnen. Zudem entsprechen die kleinteiligen Einzelhandelsflächen, wie auch andererseits, nicht mehr den heutigen Anforderungen des Handels. Eine Zusammenlegung von mehreren Flächen wird dadurch erschwert, dass die meisten Straßen im Stadtzentrum abschüssig sind und somit eine gemeinsame Geschosshöhe nur selten erreicht werden kann.

Aufgrund dieser Problemstellungen nahm die Zahl von Leerständen in Radolfzell in den vergangenen Jahren deutlich zu.

Projektbeschreibung:

Im September 2009 initiierte die Wirtschaftsförderung, zusammen mit der Industrie- und Handelskammer, dem Einzelhandelsverband, Maklern und Immobilieneigentümern sowie der Aktionsgemeinschaft Radolfzell - einem Zusammenschluss von Einzelhändlern - eine offensive Strategie zur Vermarktung leer stehender Ladenlokale. Aufgrund der vorherrschenden Rahmenbedingungen und zur Erhaltung der Individualität des Einzelhandelsstandortes Radolfzell, sollte sich der zukünftige Einzelhandelsbesatz weiterhin auf inhabergeführte Geschäfte konzentrieren.

Die Vermarktungsstrategie umfasste zwei wesentliche Komponenten. Zum einen wurde mit der Vermarktung der Leerstände direkt vor Ort begonnen. Durch eine auffällige Gestaltung und den Slogan "Guck a Mol" wurden die Schaufenster als Blickfang präsentiert. Hierzu wurden die Schaufenster mit Folien beklebt, so dass ein Blick in das Ladeninnere nur durch die Buchstaben des Slogans möglich ist. Im Inneren werden auf Stehlen Argumente von Radolfzeller Einzelhändlern für die Vorteile des Standortes präsentiert. Außerdem sind die Kontaktdaten der Wirtschaftsförderung oder des Immobilienbesitzers für potenzielle Nutzungsinteressenten einsehbar.

Zum anderen hat die Wirtschaftsförderung Radolfzell einen Internet-basierten Immobilienvermittlungsservice eingerichtet, der einen aktuellen Überblick über freie Einzelhandelsflächen ermöglicht. Hierdurch wird eine zentrale Anlaufstelle benannt, die als Vermittler zwischen Eigentümern und Vermietern auf der einen Seite und Nutzungsinteressenten auf der anderen Seite fungiert.

Bereits kurzfristig plant die Wirtschaftsförderung weitere Maßnahmen zur Reaktivierung der Leerstände. Dazu sind temporäre Aktions-

Initiativen zur Standortentwicklung

verkäufe oder die Nutzung als zusätzliche Präsentationsflächen für lokale Einzelhändler vorgesehen.

Maßnahmen:

- Aufbau eines Immobilienvermittlungsservices
- Schaufenstergestaltung zur Schaffung von Aufmerksamkeit
- Begleitende Öffentlichkeitsarbeit

Innovation:

Durch die Maßnahmen zur direkten Bewerbung der Leerstände wird eine erhöhte Aufmerksamkeit auf die betroffenen Ladenlokale gelenkt. Das oftmals negative Erscheinungsbild der Leerstände wird umgekehrt und stattdessen ein optisch ansprechendes Bild geschaffen, wovon nicht allein der Leerstand, sondern das gesamte Umfeld profitiert.



Fazit:

Das von der Wirtschaftsförderung Radolfzell initiierte Projekt "Guck a Mol" zeigt einen beispielhaften und vor allem kostengünstigen Ansatz vom negativen Erscheinungsbild und Image leerstehender Ladenlokale abzulenken und gleichzeitig eine positive Aufmerksamkeit zu schaffen. Die vorhandenen Leerstände werden nicht kaschiert oder versteckt, sondern offensiv gezeigt und vermarktet.

Generell lässt sich das offensive Bewerben von Leerständen auf jeden beliebigen Standort übertragen. Der Erfolg der Aktivitäten ist jedoch in hohem Maße von den Begleitaktivitäten abhängig.

Eine erfolgreiche Strategie zur Revitalisierung von Leerständen darf sich nicht ausschließlich auf die Vermarktung vor Ort beschränken.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus

Kontakt:

Wirtschaftsförderung
Radolfzell
Marktplatz 2
78315 Radolfzell
Tel.: 07732 - 81107
Fax: 07732 - 81402
wirtschaftsfoerderung@rado
lfzell.de

Initiativen zur Standortentwicklung



Stadt:

- Dannenberg

Einwohner:

- 8.200

Standorttyp:

- Ortskern

Zeitraum:

- Anfang 2003 - laufend

[Wir füllen Leerstände]

Events zur Nachfolgersuche und Jugendförderung

Kontext:

Die Gemeinde Dannenberg hatte trotz ihrer geographischen Lage am Rand der Metropolregion Hamburg zunehmend mit den charakteristischen Problemen ländlicher Gemeinden zu kämpfen. Allein im Jahr 2003 wurden in der Dannenberger Innenstadt 18 Geschäfte aufgegeben, da die Einzelhändler in den Ruhestand gingen und es vor Ort an adäquaten Nachfolgern fehlte. Ein kritischer Zustand wurde schließlich erreicht, als über 30 Prozent der Ladenlokale leer standen.

Projektbeschreibung:

Unter dem Motto "Wir füllen Leerstände" beteiligte sich Dannenberg 2003 an der Landesinitiative "Ab in die Mitte!" zur Stärkung der Stadtzentren. Durch eine gute Kommunikation mit den Immobilien-eigentümern gelang es, eine Grundmiete für die Ladenlokale von 1 Euro pro Quadratmeter auszuhandeln. Mit Hilfe einer Veranstaltungsreihe wurde dieses, vor allem für Existenzgründer interessante, Angebot offensiv beworben und es gelang, erste Leerstände zu reaktivieren.

Im folgenden Jahr wurde die Initiative mit der thematischen Fokussierung auf das Problem der Nachfolgersuche fortgesetzt. Im Rahmen einer Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gewerbesmesse konnten sich Unternehmen präsentieren, die auf der Suche nach einem geeigneten Nachfolger waren und direkt in Kontakt mit potenziellen Interessenten treten.



Der Schwerpunkt im Jahr 2005 lag auf der Partizipation der jugendlichen Bevölkerung. Im Rahmen diverser Veranstaltungen wurden die Jugendlichen an die lokalen Betriebe herangeführt und für ihre Stadt begeistert. Durch einen engen Dialog mit den Einzelhändlern und Dienstleistern konnte eine Vielzahl zusätzlicher Ausbildungsplätze eingerichtet werden. Zusätzlich konnten ehemalige Einzelhändler dafür gewonnen werden, so genannte Ausbildungspatenschaften zu übernehmen, um die neuen Auszubildenden unterstützend zu begleiten.

Zwischen 2006 und 2008 entstanden 25 Manufakturen. Zunächst waren diese nur als Event geplant, konnten dann jedoch aufgrund des großen Zuspruchs dauerhaft erhalten werden. In nicht genutzten Ladenlokalen wurden Manufakturen zur Möbelaufbereitung, für Seifen, Bonbons, Silberschmuck, Holzarbeiten, Kerzen oder Leinendruck ansässig, die vor allem den Auszubildenden eine interessante berufliche Perspektive nach dem Ende ihrer Ausbildung bieten sollten.

Initiativen zur Standortentwicklung

Ein aktueller Schwerpunkt liegt auf der ganzheitlichen Vermarktung des Standortes. Unter dem Motto "DAN - Ein Kaufhaus" läuft eine Initiative zur Verbindung der beiden Einzelhandelsstandorte, Zentrum und Peripherie, in Dannenberg. Zudem ist die Schaffung einer gemeinsamen Werbepattform angedacht um dauerhaft den Standort überregional präsentieren zu können.



Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus

Maßnahmen:

- Temporäre Senkung der Mietpreise
- Initiativen zur Sicherstellung der Betriebsnachfolge
- Jugendförderung durch Einrichtung von Ausbildungsplätzen
- Begleitende Veranstaltungen

Innovation:

Die Initiativen der Gemeinde Dannenberg haben nicht allein eine städtebauliche oder wirtschaftliche, sondern vielmehr auch eine soziale Dimension und tragen in diesem Sinne zu einer nachhaltigen Stadtentwicklung bei. Hervorzuheben ist, dass die Gemeinde in klar aufeinander aufbauenden Entwicklungsschritten operiert und sich nicht ausschließlich auf kurzfristige Erfolge konzentriert.

Fazit:

Mit Hilfe der beschriebenen Vorgehensweise konnten nahezu alle Leerstände wieder einer dauerhaften Nutzung zugeführt und dadurch ein attraktiver Branchenmix sichergestellt werden. Durch die Schaffung von Manufakturen konnten darüber hinaus Alleinstellungsmerkmale für den Standort geschaffen werden.

Allgemein ist die in Dannenberg angewandte Strategie beispielhaft für ländliche Siedlungen. Dennoch ist sie nur eingeschränkt übertragbar, da sie eine ausgeprägte Kommunikations- und Kompromissbereitschaft aller beteiligten Akteure erfordert.

Kontakt:

Ursula Fallapp
Samtgemeinde Elbtalaue
Rosmarinstraße 3
29451 Dannenberg (Elbe)
Tel.: 05861 - 808 540
Fax: 05861 - 808 90 540
u.fallapp@elbtalaue.de

Initiativen zur Standortentwicklung



Stadt:

- Dillenburg

Einwohner:

- 24.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- seit 2007 jährlich

[Runter vom Sofa - mach deinen Laden]

Zukunftsfähige Geschäftsideen durch Existenzgründungen

Kontext:

Über einen Zeitraum von mehreren Jahren erhöhte sich die Anzahl an leerstehenden Ladenlokalen in der historischen Altstadt Dillenburg fortlaufend. Da es aufgrund der lokalen Rahmenbedingungen, insbesondere der kleinteiligen Baustruktur in Form von Fachwerkhäusern, nicht gelang neue, attraktive Einzelhandelsnutzungen anzusiedeln, entschloss sich die Stadtverwaltung 2006 zur Implementierung eines professionellen Leerstandsmanagements, das beim Ressort für Bauen und Liegenschaften angesiedelt wurde.

Projektbeschreibung:

Im Jahr 2007 entschloss sich die Stadtverwaltung zusammen mit dem Förderkreis Dillenburg e.V., der für das Stadtmarketing zuständig ist zur Durchführung eines Existenzgründer-Wettbewerbs. Unter dem Titel "Runter vom Sofa - mach deinen Laden" wurden interessierte Existenzgründer aufgefordert, kreative und vor allem zukunftsfähige Geschäftsideen zu entwickeln.



Voraussetzung für die Teilnahme am Wettbewerb war die Abgabe von vorab festgelegten Unterlagen: eine Erläuterung der Geschäftsidee unter Berücksichtigung des lokalen Umfeldes, die Darstellung der persönlichen Motivation sowie ein Finanzierungskonzept inklusive Investitions- und laufenden Kosten. Vervollständigt wurden die Unterlagen durch die Darstellung eines Raumkonzeptes und eines Werbekonzeptes unter Berücksichtigung der Namensgebung und der Darstellung des äußeren Erscheinungsbildes.

Die Resonanz auf den Wettbewerb war sehr positiv und es wurde eine Vielzahl an Konzepten eingereicht. Eine Jury, bestehend aus dem Dillenburger Bürgermeister sowie Vertretern des Förderkreises Dillenburg e.V., dem Ressort für Kultur, Sport und Tourismus, der AG Dillenburger Kaufleute, der Sparkasse Dillenburg, der Industrie- und Handelskammer sowie der Bundesagentur für Arbeit, prämierte schließlich das Konzept einer Boutique mit hochwertigen Dekorations- und Geschenkartikeln.

Die Gewinnerin des Wettbewerbs erhielt eine Anschubfinanzierung in Höhe von 5.000 Euro sowie Mietfreiheit während der ersten drei

Initiativen zur Standortentwicklung

Monate im neuen Ladenlokal. Zusätzlich wurde ein Zuschuss für Anzeigenwerbung im Wert von 500 Euro bereitgestellt. Ferner wurde die Gewinnerin bei der Umsetzung des Business-Plans und durch Beratungen hinsichtlich der Unternehmensführung von den beteiligten Banken unterstützt. Aufgrund des großen Zuspruchs wurde der Wettbewerb im Jahr 2008 wiederholt. Im zweiten Ideenwettbewerb wurde ein Konzept für einen Buch- und Schreibwarenladen prämiert wurde. 2009 findet der Wettbewerb bereits zum dritten Mal statt.

Maßnahmen:

- Durchführung eines Wettbewerbs für Existenzgründer
- Bereitstellung einer Geldprämie
- Temporärer Verzicht auf Mieteinnahmen durch Vermieter
- Kostenlose Unterstützung der Existenzgründer in der Startphase

Innovation:

Der finanzielle Ansporn und die anschließende Unterstützung bei der dauerhaften Etablierung neuer Geschäftsideen ermöglicht eine sinnvolle und hochwertige Ergänzung des bestehenden Branchenmixes. Außerdem werden durch die begleitenden Maßnahmen bei der Existenzgründung eine größere Menge an Personen angesprochen, die zwar über das kreative Potenzial, noch nicht jedoch über das entsprechende betriebswirtschaftliche Wissen verfügen. Des weiteren kann es durch den Wettbewerb zu weiteren Unternehmensgründungen kommen, die nicht prämiert wurden, deren Ideen aber im Rahmen des Wettbewerbs entstanden.

Fazit:

Der Wettbewerb "Runter vom Sofa - mach deinen Laden" ist zu einem zentralen Bestandteil des Leerstandsmanagements geworden. Das Leerstandsmanagement in Dillenburg beschränkt sich jedoch nicht allein auf den Existenzgründerwettbewerb, sondern umfasst eine Vielzahl weiterer Maßnahmen.

Allgemein lässt sich das Wettbewerbskonzept problemlos auf andere Städte übertragen. Notwendig sind

- ein Wettbewerbsträger,
- die Finanzierung der Prämie und der Gründerbeihilfen,
- die Festlegung der Teilnahmebedingungen,
- Kriterien für wünschenswerte Geschäftsinnovationen,
- die Abstimmung mit Banken und sonstigen Förderern sowie
- die Auswahl einer Jury.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Stadt Dillenburg
Hauptstraße 19
35683 Dillenburg
Tel.: 02771 - 896150
Fax: 02771 - 9150
rarnold@dillenburg.de
<http://www.foerderkreis-dillenburg.de>

Initiativen zur Standortentwicklung



Stadt:

- Eschwege

Einwohner:

- 20.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- 02/2005 - laufend

[Innenstadtkarrees]

Leerstands- und Standortentwicklung im Stadtumbau West

Kontext:

Die Kleinstadt Eschwege zählt zu den hessischen Gemeinden, die bereits heute stark vom demografischen Wandel betroffen sind. Dementsprechend hat Eschwege besonders mit einer Abwanderung und Überalterung der Bevölkerung zu kämpfen. Infolge der abnehmenden Kundenfrequenz häuften sich in der historisch gewachsene Innenstadt Ladenleerstände. Die kleinteiligen Grundstücksstrukturen erforderten neue Kooperationsformen und Geschäftsmodelle.

Projektbeschreibung:

Zur Stärkung des Stadtzentrums initiierte die Stabsstelle Wirtschaftsförderung, in Kooperation mit dem Hochbauamt, dem Haus- und Grundeigentümerverschein, dem Hotel- und Gaststättenverband, dem Einzelhandelsverband und zuvor beauftragten Architekten 2005 die Bildung von so genannten Innenstadtkarrees. Hiermit verfolgte die Gemeinde das Ziel, dass sich Immobilienbesitzer, Geschäftsinhaber und Einzelhändler innerhalb eines räumlich klar definierten Gebietes zusammenschließen, um Konzepte zur Aufwertung ihrer Karrees zu entwickeln. Durch die Konzeption von Projekten zur qualitativen Ergänzung des Branchenmixes und Warenangebotes sowie zur baulichen Aufwertung des öffentlichen Raums sollte eine dauerhafte Verbesserung der jeweiligen Karreesituation eingeleitet werden.

Die Kooperation in Innenstadtkarrees sah nicht allein die Sammlung von Ideen oder Konzepten vor, sondern ging weit darüber hinaus, indem die Karree-Akteure die Aufgabe erhielten, exakte Finanzierungskonzepte für ihre gemeinsamen Maßnahmen zu erarbeiten. Die einzelnen Projektgruppen erhielten fachliche Beratung durch die Initiatoren.

Mit Hilfe der Innenstadtkarrees wurden insgesamt 17 konkrete Projekte entwickelt, von denen schließlich 14 für einen Karree-Wettbewerb zugelassen wurden. Alle nominierten Projekte wurden im Eschweger Rathaus dem interessierten Publikum vorgestellt. Höhepunkt des Wettbewerbs war die Prämierung von fünf Projektvorschlägen, die im Anschluss in das Eschweger Stadtumbaukonzept aufgenommen wurden. Inzwischen wurden ein rein privat finanziertes Projekt und ein aus dem Programm Stadtumbau West finanziertes Vorhaben realisiert.

Parallel wurden in Innenhöfen und leer stehenden Ladenlokalen Kunst- und Kulturprojekte durchgeführt. Vor allem das vom Kasseler Künstler Matthias Eule initiierte "Experiment Leerstandslabor" stieß dabei auf großes Interesse. In einem Ladenlokal wurde eine Plattform



Initiativen zur Standortentwicklung

zum gedanklichen Austausch und der Entwicklung kreativer Möglichkeiten und Konzepte geschaffen, um die existierenden Leerstände zu verwandeln und die zukünftige Stadtentwicklung Eschweges mitzugestalten. Die Bürgerinnen und Bürger wurden über die Medien aufgefordert, sich aktiv in diesen Prozess einzubringen. Aus diesem Grund bot das Labor neben regelmäßigen Gesprächsrunden auch Raum für spontane Gespräche und Gedankenaustausche. Durch eine detaillierte Dokumentation ging das Labor über die reine Repräsentation und Inszenierung hinaus. Die Arbeit im Experiment Leerstandslabor offenbarte, dass ein großer Wunsch zur engeren Kooperation zwischen Politik und Bevölkerung bestand. Die vielfältigen Gespräche zeigten, dass die Bürgerinnen und Bürger durchaus bereit waren, intensiv bei der Neugestaltung ihrer Gemeinde mitzuarbeiten. Vor diesem Hintergrund offenbarte das Leerstandslabor in erster Linie, welches enormes und vielfältiges Potenzial vorhanden war und dass eine gemeinsame Planungs- und Entwicklungsarbeit zwischen Politik und Bevölkerung sinnvoll wäre.

Maßnahmen:

- Durchführung eines Karree-Wettbewerbs
- Experiment Leerstandslabor
- Kunst- und Kulturprojekte als Zwischennutzungen
- Begleitende Veranstaltungen

Innovation:

Das Konzept der Innenstadtkarrees stellt als freiwilliges Konzept eine Ergänzung zum Ansatz eines Business Improvement Districts bzw. einer Immobilien- und Standortgemeinschaft dar und zeigt, wie lokale Akteure bei der Entwicklung ihres Standortes integriert werden können. Das Experiment Leerstandslabor zeigt, dass Stadtschrumpfung auch Chancen bietet, vielfältige Vorschläge und prozesshafte, innovative Strategien der Stadtentwicklung zu entwickeln.

Fazit:

Durch die Fokussierung auf begrenzte räumlich Einheiten wird ein höheres Engagement der lokalen Akteure angestoßen, ohne gleichzeitig die Entwicklung der Innenstadt als Gesamtes zu vernachlässigen. Durch begleitende Veranstaltungen können weitere Akteure aktiviert und somit für die langfristigen Ziele interessiert werden. Das Beispiel der Gemeinde Eschwege zeigt wie die Förderung von Eigeninitiative zur dauerhaften Stärkung und Belebung eines Geschäftsstandortes genutzt werden kann. Vor allem der Ansatz des Leerstandslabors lässt sich sehr gut auf andere Städte übertragen und befähigt die Einwohner aktiv an der Entwicklung ihrer Stadt teilzunehmen.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Wirtschaftsförderung
Obermarkt 22
37269 Eschwege
Tel.: 05651 - 304337
wolfgang.conrad@eschwegerrathaus.de

Initiativen zur Standortentwicklung



Stadt:

- Mühlbeck & Friedersdorf

Einwohner:

- 2.900

Standorttyp:

- Ortskern

Zeitraum:

- 09/1997 - laufend

[Bücherdorf]

Branchenspezialisierung als Impuls für den Aufschwung

Kontext:

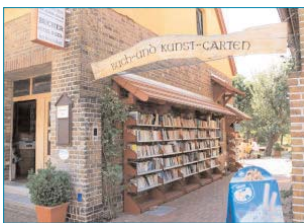
Die beiden Ortschaften Mühlbeck und Friedersdorf liegen zwischen Leipzig und Wittenberg auf einer Halbinsel des Bitterfelder Sees und des Muldestausees. Nach dem Ende der Braunkohleförderung fehlte es in der Region an wirtschaftlichen Perspektiven. Ein weiteres Problem waren die landschaftlichen Schäden, die der Tagebau in der Umgebung hinterlassen hatte. Infolge des Wegbrechens der dominierenden Wirtschaftsbranche hatten Mühlbeck und Friedersdorf mit den charakteristischen Problemen schrumpfender Gemeinden zu kämpfen. Eine große Anzahl von Gebäuden stand leer.

Projektbeschreibung:

1996 zog Heidemarie Dehne, die zuvor einen Buchladen in Köln geführt hatte, nach Mühlbeck. Mit dem Ziel der Region neue wirtschaftliche Impulse zu verleihen, Beschäftigungsmöglichkeiten zu schaffen und Touristen anzuziehen, stellte sie dem Mühlbecker Bürgermeister ihre Idee zur Gründung eines Buchdorfes vor. Das Konzept des Bücherdorfes wurde erstmals in den 1960er-Jahren in dem walisischen Dorf Hay-On-Wye umgesetzt. Der Grundgedanke beruht darauf, dass durch ein umfassendes Literaturangebot in zahlreichen Antiquariaten ein Alleinstellungsmerkmal kreiert wird und der Standort somit eine erhöhte Aufmerksamkeit erfährt.

Allein durch Mundpropaganda fanden sieben Bürger zusammen und gründeten im September 1997 den "Förderverein Buchdorf Mühlbeck-Friedersdorf". Bereits kurze Zeit nach der Gründung wurden sieben Antiquariate, mit einem breit angelegten Angebot aus allen Bereichen der Literatur eröffnet. Angesiedelt wurden diese an Standorten, die nicht oder untergenutzt wurden, z.B. in der ehemaligen Mühlbecker Grundschule. Die Auswahl der Standorte wurde durch den Bürgermeister und den Förderverein vorgenommen. Ein Jahr nach der Eröffnung wurde das Bücherdorf um den Gasthof "Zum Stern", das Geschäft "Buch & Antik" und die "Alte Schmiede" ergänzt. Seit 1998 finden begleitende Veranstaltungen, wie Lesungen oder Vorträge, statt. Außerdem wurde als ergänzende Attraktionen eine Glasbläser- und eine Tischlerwerkstatt eingerichtet. Im Mühlbecker Pfarrhaus wird darüber hinaus eine Ausstellung zur Geschichte des Dorfes präsentiert.

Der Förderverein wurde durch Arbeitsbeschaffungs- und Struktur-anpassungsmaßnahmen sowie durch den Landkreis und die Gemeinde finanziell und personell unterstützt. Die Entwicklung des Bücherdorfes zog ein großes öffentliches Interesse nach sich, sodass Mühlbeck-Friedersdorf Standort der Expo 2000 wurde. Eine



Initiativen zur Standortentwicklung

Sanierung des Dorfes konnte mit Hilfe der Ernennung zum Expo-Standort finanziert werden. Mittlerweile verfügt das Buchdorf über annähernd 15 Antiquariate und Buchläden. Das ursprüngliche Angebot von etwa 700.000 Büchern konnte inzwischen auf mehr als eine Million ausgeweitet werden. Bis auf wenige Ausnahmen, an einigen Feiertagen, hat das Buchdorf täglich geöffnet. Ein besonderes Highlight ist der an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr geöffnete Freiluft-Laden mit der Kasse des Vertrauens, in die beim Kauf eines Buches eine Spende eingezahlt werden soll.

Der Förderverein übernimmt das Marketing und finanziert sich durch den Weiterverkauf gespendeter Bücher an die ansässigen, zum Großteil im Nebenerwerb geführten Buchläden und Antiquariate. Weitere Einnahmequellen sind monatlich stattfindende Veranstaltungen und ein jährlich stattfindendes Buchdorffest. Mit Hilfe des Buchdorf-Konzeptes konnten viele Touristen in die beiden Ortschaften, die ansonsten kaum über touristische Potenziale verfügen, gelockt werden. Abgesehen von der Schaffung neuer Arbeitsplätze in den Buchläden, profitierten auch die anderen lokalen Anbieter, insbesondere das Gastgewerbe, von dem Konzept.

Maßnahmen:

- Spezialisierung auf ein bestimmtes Warenangebot
- Eröffnung von Buchläden und Antiquariaten
- Begleitende Veranstaltungen und Attraktionen
- Ansiedlung ergänzender Dienstleister und Anbieter

Innovation:

Mühlbeck-Friedersdorf zeigt, dass Bücher eine besondere Initiative zur Wirtschaftsförderung sein können. Durch die Spezialisierung auf ein bestimmtes Warenangebot wird ein Alleinstellungsmerkmal geschaffen. Mit vergleichsweise geringen Mitteln kann es auf diese Weise gelingen einen wirtschaftlichen Aufschwung zu initiieren.

Fazit:

Mühlbeck-Friedersdorf beweist, dass eine Branchenspezialisierung ein erfolgreicher Weg aus den Problemen des Leerstands und der Schrumpfung sein kann. Die Gründung des Bücherdorfes führte zur Reaktivierung zahlreicher Leerstände. Durch Nutzungskopplungen, wie einen Buchladen angeschlossen an den Gasthof, konnten Existenzen gesichert und weitere Leerstände verhindert werden. Im Allgemeinen bietet die Spezialisierung auf eine Branche vor allem für Gemeinden mit geringen wirtschaftlichen Perspektiven eine Option, entscheidend für diesen Ansatz ist jedoch, dass gezielt ein Alleinstellungsmerkmal geschaffen wird.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Förderverein Buchdorf
Mühlbeck-Friedersdorf e.V.
Dorfplatz 61
06774 Mühlbeck
Tel.: 03493 - 950043
Fax: 03493 - 950045
buchdorf@t-online.de

Initiativen zur Standortentwicklung



Stadt:

- Roding

Einwohner:

- 11.500

Standorttyp:

- Gesamtstadt

Zeitraum:

- 01/2003 - 12/2007



[Projektbüro Unternehmergeist]

Leerstandsmanagement durch ein Beratungsunternehmen

Kontext:

Die Kleinstadt Roding liegt im Landkreis Cham in Ostbayern und hat ca. 11.000 Einwohner. Wie eine Vielzahl kleinerer Städte sah sich Roding mit zunehmenden Leerständen im Geschäftszentrum, infolge steigender Gewerbeansiedlungen am Stadtrand konfrontiert. Außerdem konnte ein starker Kaufkraftabfluss in die Städte Cham und Regensburg verzeichnet werden, weshalb die Rödinger Einzelhändler Maßnahmen zur Sicherung und Stärkung des Standortes bei der Stadtverwaltung einforderten.

Projektbeschreibung:

Anknüpfend an die Forderung der Einzelhändler und Bürger sollte Roding als Einkaufs- und Erlebnisstadt etabliert und damit auch für Existenzgründer und Kleinunternehmer attraktiv werden. Im Januar 2003 wurden Voruntersuchungen begonnen, in deren Rahmen Handlungsfelder und Akteure benannt werden konnten. Die Initiative für ein das Projekt Unternehmergeist ging vom Einzelhändler Ludwig Janssen, als er die private Beratungsgesellschaft BBJ Consult AG für eine Kooperation mit der Stadt gewinnen konnte.

Als zentrale Anlaufstelle wurde im Februar 2005 im Rödinger Rathaus ein Projektbüro eingerichtet. Zur Leitung des Projektbüros "Unternehmergeist Roding" wurde Ludwig Janssen von der Beratungsgesellschaft angestellt und mit der Durchführung von konkreten Maßnahmen beauftragt. Finanziert wurde das Projektbüro zu etwa gleichen Teilen von der Stadt Roding sowie der Arbeitsgemeinschaft für Beschäftigung und Integration des Landkreises Cham. Die Arbeit des Projektbüros zielte darauf als Impulsgeber für den Einzelhandel zu fungieren und eine Minimierung der Leerstände zu erreichen. Zur Bekämpfung der Leerstandsproblematik wurden in einem ersten Schritt zunächst die Leerstände erfasst und in einem digitalen Leerstandskatalog dargestellt, wobei eine Differenzierung nach Lage, Fläche, Struktur und Nutzungseignung erfolgte. Daran anknüpfend wurden Nutzungskonzepte zur Belebung sowie zur Vermeidung neuer Leerstände entwickelt.

Im Anschluss wurden die Immobilieneigentümer durch Gespräche für die Leerstandsproblematik sensibilisiert. Außerdem wurden die individuellen Nutzungsvorstellungen erläutert und die Bereitschaft zur Ansiedlung von Zwischennutzungen oder angepassten Mietkonditionen geklärt. Aufbauend auf zwei Einzelhandelsgutachten aus den Jahren 1997 und 2003 wurden gezielt potenzielle Investoren angesprochen. Hierbei erfolgte eine Abstimmung der spezifischen Standortanforderungen sowie Beratungen der Investoren zum beste-

Initiativen zur Standortentwicklung

henden Branchenmix. Darüber hinaus wurden individuelle Existenzgründerberatungen zu den Themen Finanz-, Investitions- und Unternehmensplanung durchgeführt und entsprechende Weiterbildungsmaßnahmen angeboten. Zudem wurden die Projektideen potenzieller Existenzgründer kostenlosen Machbarkeitsprüfung unterzogen, bevor Kontakte zu anderen Akteuren, z.B. Banken hergestellt wurden. Bereits kurze Zeit nach der Einrichtung des Projektbüros konnte erste Erfolge erzielt werden. Im ersten Jahr des Projektes führten 30 Beratungen zu sieben Neugründungen. Aufgrund der erfolgreichen Arbeit des Projektbüros wurde das Leerstandsmanagement nach kurzer auch auf andere Gewerbeflächen ausgedehnt.

Maßnahmen:

- Einrichtung eines Projektbüros
- Aufbau eines Leerstandskatalogs
- Gespräche mit Immobilieneigentümern
- Anpassung der Mietkonditionen
- Existenzgründerberatung und Weiterbildungsangebote
- Kostenlose Machbarkeitsuntersuchungen

Innovation:

Die ausgeprägte Leerstandsproblematik wurde als Impuls für Existenzgründungen genutzt. Mit dem professionellen Leerstandsmanagement wurde ein eigenständiges, unabhängiges Unternehmen beauftragt. Der vorbildliche Beratungsprozess zur Existenzgründung und zur Flächenvermittlung führt dazu, dass die Lücken im Straßenbild nicht nur temporär geschlossen werden, sondern vielmehr dauerhafte Geschäftskonzepte realisiert wurden, wovon wiederum der gesamte Standort profitierte.

Fazit:

Durch den abgestimmten und sehr stringenten Gesamtprozess ist das Projekt "Unternehmergeist Roding" ist insgesamt sehr erfolgreich verlaufen. Gegenwärtig gibt es nur noch wenige einzelhandelsrelevanten Leerstände, die meisten Existenzgründer haben sich am Standort etabliert. Die öffentliche Förderung des Projektes wurde im Jahr 2007 wegen einer deutlichen Verbesserung der Situation eingestellt. Aus diesem Grund bleibt abzuwarten, wie sich das Rodinger Geschäftszentrum mittelfristig entwickeln wird. Eine kontinuierliche Begleitung und Vernetzung der Existenzgründer wäre möglicherweise sinnvoll und notwendig gewesen, da oftmals auch nach mehreren Jahren Beratungsangebote einen wichtigen Faktor zur wirtschaftlichen Stabilisierung von Unternehmen darstellen.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Stadt Roding
Schulstraße 15
93426 Roding
Tel.: 09461 - 94180
Fax: 09461 - 941860
poststelle@roding.de
www.roding.de

Initiativen zur Standortentwicklung



Stadt:

- Forchheim

Einwohner:

- 30.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- Mitte 2006 - laufend



[GIS-basiertes Flächeninformationssystem]

Internet als Instrument der Standortentwicklung

Kontext:

Die große Kreisstadt Forchheim liegt zwischen dem Ballungsraum Nürnberg-Erlangen-Fürth und der Stadt Bamberg. Aufgrund des Kaufkraftabflusses in die genannten Oberzentren entwickelte sich das Forchheimer Stadtzentrum negativ, was zum einen an einer steigenden Zahl von Leerständen und zum anderen an einem erheblichen Investitionsstau sichtbar wurde. Vor allem die stabile Nutzungsvielfalt des Einzelhandels war zunehmend gefährdet.

Projektbeschreibung:

Im Rahmen der bayrischen Landesinitiative "Leben findet Innenstadt" entschloss sich die Stadtverwaltung Forchheim im Jahr 2006 zum Aufbau eines professionellen Flächenmanagements. Mit der Organisation und Koordinierung des Projektes wurde die CIMA GmbH beauftragt, die von einer Lenkungsgruppe aus Immobilien-eigentümern und Mietern, sowie Vertretern der Stadt unterstützt wurde.

Ein wesentliches Projekt zur Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes war der Aufbau eines GIS-basierten Flächeninformationssystems, das die gezielte Steuerung des Branchenmixes ermöglichen sollte. Die erforderlichen Datengrundlagen wurden vom Auftragnehmer zusammengeführt. Zunächst wurde der bestehende Branchenmix im Hinblick auf kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf erhoben und in 22 Branchen differenziert.

Außerdem wurden verfügbare Flächen erfasst und nach Leerstandstypen [Ladenlokal/Büro, Gewerbe-/Industriegebäude, Gewerbegrundstücke] und Standorttypen [Stadtmitte, Außenbereich, sonstige] unterschieden. Neben einer Verkehrsanalyse wurde ergänzend eine qualitative Beurteilung des Einzelhandelsbesatzes hinsichtlich Zielgruppenorientierung, Wettbewerbsfähigkeit, Warenpräsentation und Ladengestaltung vorgenommen.

Aufbauend auf diesen Datengrundlagen wurde im Jahr 2007 von einem weiteren externen Auftragnehmer online ein Flächeninformationssystem eingerichtet. Das System ist öffentlich zugänglich und ermöglicht den Abruf von ausgewählten Daten. Einzelhandelsbezogen können Daten zum Gesamtbesatz bzw. ausgewählter Branchen, Verkaufsflächengrößen, Bedarfsgruppen und verfügbaren Flächen eingesehen werden. Zu den einzelnen Immobilien wird neben einem Foto der exakte Standort mit Straße und Hausnummer, der Betriebstyp, die Branche und die Verkaufsfläche präsentiert. In Bezug auf Leerstände gibt es ergänzende Informationen zur Verkehrsanbindung.

Initiativen zur Standortentwicklung

Konkrete Daten zu Miet- oder Kaufpreisen sind nicht öffentlich einsehbar, können jedoch für Gespräche mit Eigentümern und Kaufinteressenten vom Projektträger und ausgewählten Mitarbeitern der Stadt abgerufen werden.

Mit Hilfe des Flächeninformationssystem konnte die Stadt in ihren räumlichen Strukturen dargestellt und es wurde ein Überblick über bestimmte Standorte, die Branchenstruktur oder lokale Nutzungcluster möglich. Mit Hilfe des Systems konnten zum einen bestimmte Angebotslücken klar identifiziert werden. Defizite ließen sich beispielsweise in den Bereichen Mode für Mädchen bzw. jüngere Frauen im unteren Preissegment erkennen. Anknüpfend an die Auswertung der im System eingespeisten Daten konnten einzelne Textilanbieter im Rahmen von Akquisitionsbemühungen gezielt auf eine Ansiedlung in Forchheim angesprochen werden. Außerdem ermöglichte das System für potenzielle Investoren einen Überblick, welche Unternehmen bereits vor Ort ansässig sind und wie diese einzustufen sind. Darüber hinaus bietet es die Möglichkeit, Informationen über verfügbare Flächen zu erhalten.

Maßnahmen:

- Datenerhebungen
- Aufbau eines Flächeninformationssystems
- Ausweitung von Angeboten zur Identifikation von Angebotslücken
- Darstellung von Leerständen zur besseren Vermarktung

Innovation:

Durch ein öffentlich zugängliches und aktuelles Flächeninformationssystem werden Leerstände dargestellt und vermarktet. Die wichtigen Daten für konkrete Projekte sind stets verfügbar. Für Investoren wird eine attraktive Plattform geschaffen. Gleichzeitig können Angebotslücken erkannt und somit die Marktchancen potenzieller Nutzungsinteressenten beurteilt werden.

Fazit:

Das Forchheimer Flächeninformationssystem zeigt einen weiteren Ansatz, offensiv mit den Potenzialen und Entwicklungsmöglichkeiten eines Standortes zu werben. Es kann als Fortentwicklung sogenannter Leerstandskataster und internetbasierter Immobilienbörsen angesehen werden. Dieser Ansatz lässt sich problemlos auf andere Städte übertragen. Notwendige Grundlagen sind Marktdaten und qualitative Daten. Wichtig für den Erfolg des Projekts ist in erster Linie der vertrauensvolle Umgang mit den einzelnen Daten, die Beachtung von Datenschutzbestimmungen sowie eine auf den gesamten Standort bezogene Sichtweise.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Stadt Forchheim
Hauptstraße 24
91301 Forchheim
Tel.: 09191 - 7140
Fax: 09191 - 277
stadt@forchheim.de
www.terraeis.de

Zwischennutzungen



Stadt:

- Linz

Einwohner:

- 190.000

Standorttyp:

- Gesamtstadt

Zeitraum:

- 09/2007 - laufend



[Das Pixelhotel]

Ein Hotel mit Zimmern an ungewöhnlichen Orten

Kontext:

Ähnlich wie in den meisten vom Strukturwandel betroffenen Städte hat sich die Anzahl an nicht bzw. untergenutzten Flächen auch in der Oberösterreichischen Stadt Linz in den vergangenen Jahren deutlich erhöht. Aus diesem Grund formierte sich im Jahr 2004 eine Gruppe junger Architektinnen und Architekten mit dem Ziel, Zwischenutzungskonzepte für leer stehende Gebäude und Räume in Linz zu entwickeln. Ein breiteres öffentliches Interesse wurde der Gruppe 2005 durch eine Anfrage des Intendanten des Kulturhauptstadtjahres 2009, der sich zum Ziel gesetzt hatte die Leerstände in Linz als Kulturprojekt zu initiieren, zuteil. Aufbauend auf den Kernelementen des Kulturhauptstadtjahres, Tourismus sowie Kunst und Kultur, entwickelten die Architekten die Idee zum so genannten Pixelhotel.

Projektbeschreibung:

Das Pixelhotel besteht aus mehreren über das gesamte Stadtgebiet verteilten Zimmern an zunächst ungewöhnlich erscheinenden Orten, die zu Hotelzimmern umfunktioniert wurden. Trotz ihrer funktionalen Umnutzung sollten die Räume ihren eigenen Charakter bewahren, weshalb sehr unterschiedliche Konzepte realisiert wurden. Die einzelnen Zimmer wurden von den Architekten individuell gestaltet. Die Gestaltung wurde vom Träger des Kulturhauptstadtjahres - der Linz 09 GmbH mit Beiträgen von Stadt, Land, Bund und Sponsoren finanziert.

Bereits im September 2007 nahm das Pixelhotel probeweise mit zwei Zimmern seinen Betrieb auf. Während des Kulturhauptstadtjahres existieren insgesamt sechs Zimmer. In einer ehemaligen Werkstatt und Kunsttischlerei im Stadtzentrum wurde ein Zimmer eingerichtet, in dem der Lastenaufzug zum begehbaren Kleiderschrank umfunktioniert wurde und ein alter Wohnwagen als Sitzecke dient.

In einem Arbeiterviertel wurde eine Wohnung mit daran angeschlossenem Ladenlokal zum Hotelzimmer umfunktioniert. Dabei entstand ein moderner Wohnraum mit Garten sowie ein komfortables Schlafzimmer. Darüber hinaus erfahren die Gäste mit Hilfe einer Bild- und Toninstallation Genaueres über die Geschichte des Arbeiterquartiers. Ein architektonisches Highlight befindet sich in einer ehemaligen Textilpassage, in der sich über insgesamt vier Ebenen ein weiteres Hotelzimmer erstreckt. Auf einem ausrangierten Schleppschiff im Linzer Industriehafen wurde ein Zimmer geschaffen, das den Gästen einen guten Einblick in den historischen Industriestandort ermöglicht. Aus drei originalgetreu restaurierten Kabinen wurde eine Suite für zwei Personen geschaffen.

Zwischennutzungen

Speziell für das Kulturhauptstadtjahr wurden im Januar 2009 zwei weitere Zimmer fertig gestellt. In einer ehemaligen Galerie für zeitgenössische Kunst entstand, mit Hilfe von eigens für diesen Raum entworfenen Möbeln und Gemälden ein künstlerisch gestaltetes Zimmer. Weit aus funktionaler präsentiert sich das Hotelzimmer in der ehemaligen Volksküche, in der bis 1968 Speisen an bedürftige Menschen ausgegeben wurden. Im Kulturhauptstadtjahr wird dort eine Ausstellung zur Geschichte des Essens präsentiert, die den Hotelgästen exklusiv zur Verfügung steht.

Maßnahmen:

- Umnutzung bestehender Strukturen
- Inwertsetzung / Schaffung spannender Orte in der Stadt als Touristenattraktionen
- Begleitende Veranstaltungen und Installationen

Innovation:

Durch das Konzept der "fliegenden Rezeption", bei dem die Gäste bei einem Treffen irgendwo im Stadtgebiet ihren Zimmerschlüssel erhalten, müssen Besucher die Stadt und insbesondere das Quartier mit ihrer Unterkunft selbstständig erkunden. Ein positives Element dieses Ansatzes besteht sicherlich auch darin, dass die Gäste aufgrund der verschiedenen Standorte der Hotelzimmer im Stadtraum sehr unterschiedliche Facetten von Linz kennenlernen und dabei auch in Gebiete vorstoßen, die gewöhnlich nicht von Touristen besucht werden und zu deren Belebung beitragen.

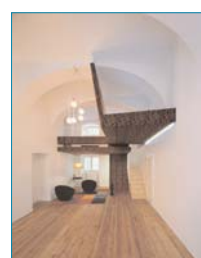
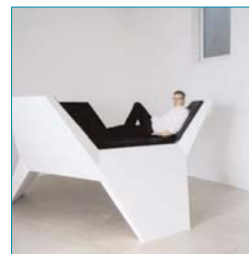
Fazit:

Bemerkenswert ist der Ansatz des Pixelhotels, Kunst und Kultur direkt mit einer kommerziellen Nutzung zu verbinden und somit eine langfristige, wirtschaftlich tragfähige Perspektive zu schaffen. Obwohl das Projekt ursprünglich nur auf das Kulturhauptstadtjahr ausgerichtet war, ist inzwischen eine Weiterführung über das Jahr 2009 hinaus gewährleistet. Zwar laufen zum Ende des Kulturhauptstadtjahres Mietverträge für zwei Zimmer aus, es befinden sich jedoch bereits weitere Anmietungen in Planung. Das Pixelhotel zeigt beispielhaft, wie sich eine Zwischennutzung als neues Geschäftsmodell etablieren kann.

Allgemein lässt sich das Modell des Pixelhotels durchaus auf andere Städte übertragen. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass sich vorwiegend Städte eignen, die von einer angemessenen Zahl an Touristen besucht werden. Events, wie die Ernennung von Linz zur Kulturhauptstadt, können grundsätzlich einen Impuls zur Realisierung eines solchen Konzeptes bieten.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Pixel Hotel - Verein für
Reurbanisierung und
Stadtreparatur
Altstadt 28
4020 Linz
Tel.: 0043 (0)650 - 7437953
office@pixelhotel.at
www.pixelhotel.at

Zwischennutzungen



Stadt:

- Stuttgart

Einwohner:

- 600.000

Standorttyp:

- Stadtteilzentrum

Zeitraum:

- 04/2008 - laufend

[Der Laden]

Künstler und Designer verkaufen ihre Werke in Leerständen

Kontext:

Im Oberzentrum Stuttgart stehen zahlreiche Ladenflächen leer. Eine besondere Konzentration der Leerstände findet man in den Nebenzentren. An diesen Standorten lassen sich kaum wirtschaftlich tragfähige Nutzungskonzepte finden. Die Ladenlokale lassen sich nur noch schlecht vermieten und es kommt zu längeren Leerstandsperioden. Gleichzeitig fehlen finanzierbare Präsentations- und Verkaufsflächen für regionale Künstler und Designer.

Projektbeschreibung:

Im Jahr 2008 starteten die Modedesignerinnen Manuela Dörr und Katja Waibel zusammen mit der Künstlerin Kathrin Grossmann eine private Initiative zum Verkauf ihrer Waren. Bei der Suche nach möglichen Geschäftsstandorten fielen ihnen die zahlreichen Leerstände auf, woraus schließlich die Idee zum Projekt "Der Laden" entstand. Das Projektkonzept sieht vor, Leerstände für einen begrenzten Zeitraum von vier bis sechs Wochen als Verkaufs- und Präsentationsplattform zu nutzen, um zum einen die Mietkosten gering zu halten und zum anderen ausreichend lange Zeiträume für kreative Schaffungspausen zu ermöglichen.



Während der ersten Projektphase nahmen die Initiatoren zunächst Kontakt mit Immobilieneigentümern, Maklern und Stadtteilmanagern auf, um eine Übersicht über leer stehende Ladenlokale zu erhalten. In Gesprächen wurde darüber hinaus geklärt, ob die Eigentümer bei Zahlung einer Unkostenpauschale zu einem zeitlich begrenzten Mietverzicht und der Aufnahme einer nicht kommerziellen Nutzung bereit wären. Parallel wurden Künstler gesucht, die bereit waren, sich an begleitenden Veranstaltungen, wie Vernissagen zu beteiligen.

Nach der Klärung der Rahmenbedingungen wurde im April 2008 erstmals "Der Laden" eröffnet, der sich individuell an die Gegeben-

Zwischennutzungen

heiten des Ladenlokals anpasste. Mit Hilfe dieser Herangehensweise konnten die Ladenflächen, trotz des improvisierten Charakters, ansprechend gestaltet werden. Begleitet wurde die temporäre Besspielung der Ladenlokale durch aktive Werbemaßnahmen in Form von Flyern und Zeitungsartikeln.

Durch das außergewöhnliche und einmalige Produktangebot konnten zum einen viele Kunden angezogen und zum anderen konnte eine deutliche Aufwertung des Stadtbildes und des Images dieses Standortes erreicht werden. Infolge der positiven Aufmerksamkeit konnte außerdem die Wiedervermietungswahrscheinlichkeit der betroffenen Objekte erhöht werden.

Durch die Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen den Immobilieneigentümern und den Projektinitiatorinnen ist das Projekt an einigen Standorten bereits wiederholt worden und wird mittlerweile über das gesamte Jahr fortgesetzt.

Maßnahmen:

- Temporärer Mietverzicht
- Nutzung von Läden als temporäre Verkaufs- und Präsentationsplattformen
- Begleitende Werbemaßnahmen
- Begleitende Veranstaltungen und Events

Innovation:

Die private Leerstandsinitiative "Der Laden" bespielt leer stehende Ladenlokale trotz der vergleichsweise kurzen zeitlichen Befristung sehr kreativ. Die Initiatorinnen haben durch das Projekt einen alternativen aber dennoch erfolgreichen Weg der Existenzgründung gefunden, von dem auch die Immobilieneigentümer durch eine erhöhte Aufmerksamkeit für ihre Gewerbeflächen profitieren.

Fazit:

Das Projekt "Der Laden" trägt zur Aufwertung der Stadtteilzentren in Stuttgart bei, indem dort nun Leerstände besser wahrgenommen und neue Frequenzen geschaffen werden.

Darüber hinaus bietet das Projekt für Künstler und Designer eine preiswerte und repräsentative Plattform zur Präsentation ihrer Werke sowie die Möglichkeit, die Menschen direkt vor Ort anzusprechen.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Manuela Dörr
Olgastraße 120
70180 Stuttgart
Tel.: 0711 - 608289
doerr@vanouken.de
www.derladen-stuttgart.de

Zwischennutzungen



Stadt:

- Oberhausen

Einwohner:

- 215.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- 08/2006 - 03/2008

[Moki Azubi-Shop]

Auszubildende leiten selbstständig ein Geschäft

Kontext:

In den 1990er-Jahre wurde in Oberhausen das Urban Entertainment Center Centro mit einem großflächigen Einkaufszentrum errichtet, wodurch die Oberhausener Innenstadt wirtschaftlich erheblich geschwächt wurde. Vor allem größere Einzelhändler und Filialisten verlegten ihren Standort von der Innenstadt in das neue Einkaufszentrum. Nur wenige Ankermieter und Frequenzbringer erhielten ihren angestammten Standort, was nicht nur in den Nebenlagen, sondern auch in den A-Lagen zu Geschäftsleerständen führte.

Projektbeschreibung:

Der mit einer Filiale ortsansässige Warenhauskonzern Kaufhof startete im Jahr 2005 eine Initiative, um den Bedeutungsverlust der Oberhausener Innenstadt aufzuhalten. Mit dem Ziel, die Selbstständigkeit während der Berufsausbildung zu fördern und gleichzeitig einen guten Bezug zur Praxis herzustellen, entstand die Idee, ein Geschäft unter der Leitung von Kaufhof-Auszubildenden einzurichten. Als Standort bot sich für dieses Konzept ein bereits seit mehreren Jahren leerstehendes Ladenlokal in unmittelbarer Nähe des Kaufhauses an.

Im Rahmen eines Workshops mit Auszubildenden umliegender Kaufhof-Filialen wurden verschiedene Laden- und Geschäftskonzepte entwickelt, diskutiert und vorgestellt. Aufbauend auf den Ergebnissen wurden von fünf Teams detaillierte Konzepte erarbeitet und einer fachkundigen Jury vorgestellt.

Als Gewinner wurde das Konzept "Moki - Mode für Kinder" prämiert, das einen Laden mit ausgewählter Kindermode und Spielwaren vorsah. Nach der Festlegung des Sortiments und der Namensgebung wurde von den Auszubildenden ein betriebswirtschaftliches Konzept erarbeitet, auf dessen Grundlage im Jahr 2006 das neue Geschäft eröffnet wurde.



Bis in den März 2008 wurde die Leitung des 130 m²-großen Geschäftes für einen auf jeweils sechs bis neun Monate befristeten Zeitraum von zehn Auszubildenden übernommen. Sie wurden bei dieser Aufgabe der Geschäftsführung lediglich von zwei Paten unterstützt, die bei Problemen oder externen Fragestellungen beratend zur Seite standen.

Maßnahmen:

- Nutzung eines Geschäftsleerstands mit Hilfe interner Filialisierung
- Ausweitung der Ausbildungsinhalte

Zwischennutzungen

Innovation:

Das Modell des Azubi-Shops bildet einen kreativen Ansatz, die Potenziale leerstehender Ladenlokale zur Erreichung vielfältiger Ziele zu nutzen. Im konkreten Einzelfall gewährleistet es eine praxisbezogene Berufsausbildung und ermöglicht es den Auszubildenden, erste Erfahrungen in der eigenständigen Bewirtschaftung eines Geschäftes zu sammeln. Positive Effekte für den Standort sind die Erweiterung des Warenangebotes und die Schaffung eines neuen, attraktiven Angebots. Durch ein zusätzliches Fachgeschäft wird das Sortiment am Standort erweitert, was neue Kunden anzieht.

Die erfolgreiche Belegung des Leerstands zeigt zudem, dass trotz des vermeintlich negativen Images des Standortes weiterhin eine Nachfrage nach bestimmten Waren besteht, was sich positiv auf die Investitionsbereitschaft potenzieller Nutzungsinteressenten auswirken kann.



Fazit:

Der vom Kaufhof getragene Azubi-Shop zeigt, dass gewerbliche Zwischennutzungen einen wesentlichen Beitrag zur Belegung eines Geschäftsstandortes leisten können. Sowohl durch die Reaktivierung des Ladenlokals als auch aufgrund der umfassenden Medien-Berichterstattung hat das Interesse an der Oberhausener Innenstadt wieder zugenommen. Der Kaufhof hat einen zweifachen Nutzen von diesem Modell. Zum einen wird ein attraktives Ausbildungsangebot geschaffen und zum anderen profitiert die am Standort ansässige Filiale, durch die allgemeine Aufwertung des Standortes.

Im Allgemeinen lässt sich dieser Ansatz mit kleineren Modifikationen auch auf andere Standorte übertragen. In Kleinstädten lassen sich durch dieses Vorgehen möglicherweise Angebotslücken schließen. Größere Städte eignen sich vor allem dadurch, dass sie über größere Einzelhändler verfügen, die aufgrund der Breite ihres Warensortiments einfacher eine interne Filialisierung vornehmen können und zudem mögliche Misserfolge wirtschaftlich besser kompensieren können.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus

Kontakt:

Kaufhof Warenhaus AG
Leonhard-Tietz-Straße 1
50676 Köln
Tel.: 01805 - 172517
Fax: 01805 - 173517
service@galeria-kaufhof.de

Zwischennutzungen



Stadt:

- Aalen

Einwohner:

- 66.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- 09/2008 - laufend

Weitere Informationen

zum "Kaufhaus auf Zeit":

www.kaufhausaufzeit.de



[Leerstand überbrücken]

Zum Abriss geplantes Haus wird mit Zwischennutzungen belebt

Kontext:

Im Jahr 2007 sollte mit dem Neubau eines innerstädtischen Einkaufszentrums in der schwäbischen Stadt Aalen begonnen werden. Als Ergänzung zu diesem Projekt sollte die Verbindung zwischen dem Einkaufszentrum und dem traditionellen Geschäftsstandort mit Hilfe einer breiten Passage verbessert werden. Der Bau dieser Passage machte den Abriss eines Gebäudes erforderlich, in dem vormals ein Café ansässig war, und das die Stadt Aalen im Jahr 2007 erwarb. Nachdem sich der Baubeginn für das Einkaufszentrum mehrfach verzögerte, stand das Gebäude leer. Das Erscheinungsbild verschlechterte sich innerhalb weniger Wochen erheblich, so dass negative Effekte für das angrenzende Geschäftszentrum befürchtet wurden.

Projektbeschreibung:

Um eine Abwertung zu vermeiden, suchte das Citymanagement Aalen nach Kooperationspartnern für das Projekt "Leerstand überbrücken", dessen Ziel es war, die Immobilie bis zu ihrem Abriss mit attraktiven, kurzfristigen Übergangsnutzungen zu belegen.

In der Zeit von September bis Oktober 2008 wurde die Immobilie als "Kaufhaus auf Zeit" genutzt. Dieses zuvor bereits in anderen Städten erprobte Konzept funktioniert dadurch, dass die Immobilie für einen befristeten Zeitraum an einen privaten Betreiber vermietet wird. Der Betreiber sucht dann nach lokalen Kunsthandwerkern, die auf den Flächen ihre Werke zum Verkauf anbieten. Die Betreiber des "Kaufhauses auf Zeit" schließen dazu Unterverträge mit den Kunsthandwerkern ab, die gemeinsam eine temporäre GbR gründen und mit dem Betreiber einen mietfreien Nutzungsvertrag abschließen. Die GbR trägt lediglich die Mietnebenkosten und muss an die Betreiber eine vorab festgelegte Vergütung entrichten.

Als Nachfolger für das "Kaufhaus auf Zeit" wurde bis Sommer 2009 vom Citymanagement eine Märchenstube für Kinder und Erwachsene in dem Ladenlokal angesiedelt. Hierzu wurden die Räumlichkeiten mietfrei der Erzählgemeinschaft "Märchenbrunnen Ostalbkreis", einem Zusammenschluss von fünf Frauen, zur Verfügung gestellt, die monatlich eine Märchenstube für Kinder am Samstagvormittag und für Erwachsene am Freitagabend durchführte.

Ein sehr vielfältiges Programm wurde im Rahmen des Projektes "Stadt-Labor" von Februar bis April 2009 angeboten. Mit dem Ziel, der Bevölkerung verschiedene Naturwissenschaften und Technik näher zu bringen, mietete die Hochschule Aalen die Räumlichkeiten

Zwischennutzungen

an, um Ausstellungen, Workshops für Schulklassen und interessierte Gruppen sowie Experimente zum selbstständigen Ausprobieren durchzuführen. Begleitend wurden Forschungsprojekte und Studienarbeiten vorgestellt, Gesprächsrunden mit Studenten und Dozenten sowie eine Studienberatung angeboten.

Seit Juni 2009 wird das Ladenlokal durch einen gemeinnützigen Buchhandel genutzt, der vom Lions Club Aalen betrieben wird. Die Erlöse aus dem Bücherverkauf werden vollständig der Aktion "Kinder in Armut" der Seelsorgeeinheit Aalen zur Verfügung gestellt. Für eine weitere Zwischennutzung nach dem Ende des gemeinnützigen Buchhandels existiert bereits eine Vielzahl an Anfragen.

Maßnahmen:

- Befristete Mietverträge
- Temporärer Mietverzicht des Eigentümers
- "Kaufhaus auf Zeit"
- Märchenstube für Kinder und Erwachsene
- Stadt-Labor
- Gemeinnütziger Buchhandel

Innovation:

Das für einen längeren Zeitraum unerwartet leer stehende Ladenlokal wird bis zu seinem Abriss für verschiedene außergewöhnliche Nutzungsformen durch zeitweisen Mietverzicht zugänglich gemacht. Abgesehen von den positiven Effekten auf die umliegenden Geschäfte zeigt das Modell, welche Potenziale in der Erzeugung positiver Aufmerksamkeit in leer stehenden Ladenlokalen liegen können.

Fazit:

Mit Hilfe der beschriebenen Zwischennutzungen konnte ein gut frequentierter Anziehungspunkt in der Aalener Innenstadt geschaffen werden. Die angesiedelten Nutzungsformen stehen nicht in Konkurrenz zu den anderen Geschäften in der Innenstadt, sondern stärken und ergänzen diese vielmehr durch ein attraktives Angebot. Am Rückbau des Gebäudes soll trotz des erfolgreichen Projektverlaufes festgehalten werden. Inzwischen ist der Baubeginn für das Einkaufszentrum erfolgt, dessen Fertigstellung im Jahr 2011 erwartet wird.

Das in Aalen durchgeführte Zwischennutzungsmodell lässt sich generell auch auf andere Leerstände übertragen. Spezifisch sind dabei nur die Rahmenbedingungen, so sollen die Zwischennutzungen nicht den Zeitraum bis zur Ansiedlung einer kommerziellen Nutzung, sondern bis zum Abriss des Gebäudes überbrücken.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Stadt Aalen
Citymanagement
Marktplatz 30
73430 Aalen
Tel.: 07361 - 521129
Fax: 07361 - 522279
info@aalencityaktive.de

Zwischennutzungen

[Cafe Moskau]

Volkseigenes Restaurant wird zur Party-Location

Stadt:

- Berlin

Einwohner:

- 3.400.000

Standorttyp:

- Einzelstandort

Zeitraum:

- 1992 - 2007

Kontext:

Seit den 1950er-Jahren betrieb die volkseigene Handelsorganisation der DDR so genannte Nationalitätenrestaurants. Dort sollte Gästen durch eine ländertypische Küche und verschiedene Veranstaltungen ein Einblick in die kulinarischen und kulturellen Bräuche der jeweiligen Länder geboten werden. Eines dieser Restaurants war das 1964 in der Karl-Marx-Allee eröffnete "Cafe Moskau". Nach dem Mauerfall wurden die meisten Nationalitätenrestaurants geschlossen und die Immobilien gingen in den Besitz der Treuhandliegenschaftsgesellschaft [TLG] über. Im Cafe Moskau wurde der Gastronomiebetrieb zunächst weitergeführt, jedoch ohne Instandhaltungsinvestitionen vorzunehmen. Nachdem das Gebäude zunehmend verfiel, wurde den Betreibern 1995 die Konzession entzogen und die Immobilie stand für einen längeren Zeitraum leer.

Projektbeschreibung:

Bereits ab 1992 versuchte die TLG, einen Käufer für die Immobilie zu finden. Die Verkaufsversuche scheiterten jedoch in der Regel daran, dass sich die geplanten Umnutzungen, wie etwa in ein Wellness-Center, eine Galerie oder eine Schule, sowohl aus wirtschaftlichen als auch aus strukturellen Gründen nicht realisieren ließen.



Zur Deckung der laufenden Kosten begann die TLG, die Immobilie für Partys oder als Filmkulisse zu vermieten. Vor allem durch die regelmäßig von unterschiedlichen Veranstaltern in dem original getreuen Ambiente durchgeführten Partyreihen wurde das Cafe Moskau sehr schnell zu einer der beliebtesten Event-Locations in Berlin.



Im Jahr 2002 wurde das unter Denkmalschutz stehende Gebäude saniert und teilweise entkernt. Im Anschluss schloss die TLG einen über fünf Jahre befristeten Mietvertrag mit der BEKA-Komplex GmbH ab, die auf der Suche nach einem Veranstaltungsort in unmittelbarer Zentrumslage war. Die GmbH vermietet die Räumlichkeiten für Messen, Tagungen, Ausstellungen, Workshops und Informationsveranstaltungen weiter. Die Tanzbar im Keller des Gebäudes blieb erhalten, so dass die erfolgreichen Parties fortgesetzt werden konnten. Als besonderes Event im Cafe Moskau entwickelte sich ab Dezember 2004 das jährlich stattfindende "Holy Shit Shopping". Dabei handelte es sich um einen originellen Weihnachtsmarkt mit Produkten junger Kreativer und Designer.

Nach dem Auslaufen des Mietvertrages entschloss sich die TLG 2007 zu einer neuen Verkaufsoffensive. Schließlich konnte mit Nicolas

Zwischennutzungen

Berggruen, dem Sohn des Berliner Ehrenbürgermeisters Heinz Berggruen, ein Käufer gefunden werden. Auf die mehr als ein Jahrzehnt andauernde Zwischennutzung im Cafe Moskau folgte ein Veranstaltungs- und Messezentrum, das im Jahr 2009 eröffnet wurde.

Maßnahmen:

- Vermietung für Einzelveranstaltungen zur Zwischennutzung
- Untervermietung durch einen Generalmieter
- Erhöhung der Aufmerksamkeit für die Immobilie durch die Durchführung von Partys und Events



Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus

Innovation:

Durch das originalgetreue Ambiente und den historischen Charakter des Gebäudes wurde eine einzigartige Event-Location geschaffen, die sich schnell einer sehr großen Beliebtheit erfreute. Dadurch wurde wiederum eine positive Aufmerksamkeit für die Immobilie erzeugt, aus der zunächst ein zeitlich befristeter Mietvertrag und schließlich eine dauerhafte Nachnutzung resultierte.

Fazit:

Das Cafe Moskau ist ein sehr gutes Beispiel für eine langfristige Zwischennutzung. Die zahlreichen Partys, Kunstausstellungen und Events haben dazu beigetragen, das leerstehende Gebäude temporär zu beleben und Aufmerksamkeit für eine dauerhafte Um- bzw. Nachnutzung zu erzeugen.

Kontakt:

Nicolas Berggruen Holdings
GmbH
Wilhelmstraße 138
10963 Berlin
Tel.: 030 - 25939960
Fax: 030 - 259399659
info@berggruenholdings.de

Zwischennutzungen



Stadt:

- München

Einwohner:

- 1.330.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- 04/2004 - 03/2009



[Residenzpost]

Standortprofilierung durch höherwertige Zwischennutzer

Kontext:

Das Gebäude der ehemaligen Hauptpost befindet sich zentral in der Münchener Altstadt und bildet den Eingang zur Maximilianstraße mit ihren hochwertigen Angeboten. Im Jahr 2004 gab die Post ihren Standort auf und verkaufte das Gebäude an eine Immobilienentwicklungsgesellschaft, die Konzepte zur Realisierung eines 5-Sterne-Plus-Hotels entwickelte. Aufgrund bestehender Anforderungen an den Denkmalschutz wurde jedoch frühzeitig erkennbar, dass der Realisierung eine längerfristige Planungsphase voraus gehen würde, so dass eine Zwischennutzung erforderlich wurde.

Projektbeschreibung:

Unter Berücksichtigung der Planungen für ein Hotel wurde, nach dem Auszug der Post, ein Zwischennutzungskonzept erarbeitet, das aufgrund des Standortes und der Bausubstanz vor allem auf ein gehobenes Publikum ausgerichtet war. Erleichtert wurde dieser Ansatz dadurch, dass sich bereits vor dem Verkauf der Immobilie zwei Unternehmer in die ungenutzte Kantine eingemietet hatten, um dort den Club 8-seasons zu betreiben. Nach dem Auszug der Post wurde die 8-seasons GmbH als Betreiber des Clubs zum Generalmieter des Gebäudes, wobei der Mietvertrag ein spezielles Sonderkündigungsrecht sowie eine Räumungsvereinbarung umfasste.

Sehr schnell zeigten weitere Unternehmen Interesse an einer Nutzung des Gebäudes, was in erster Linie auf die zentrale Lage und die vergleichsweise geringen Mieten von 13 Euro pro Quadratmeter zurückzuführen war. Um den Erscheinungsbild des Standortes gerecht zu werden, entwickelten der Generalmieter und der Immobilieneigentümer ein Nutzungskonzept, das ausschließlich die Ansiedlung von höherwertigen Nutzungen vorsah. Durch Untervermietungen folgten als weitere Zwischennutzungen eine Bar, ein Restaurant mit Lounge, ein Feinkostgeschäft, eine Galerie, ein Veranstaltungssaal und eine Indoor-Golfanlage. Darüber hinaus wurden leer stehende Räume als Büroflächen, vorwiegend an junge Unternehmen, vermietet.

Das gesamte Projekt konnte ohne öffentliche Fördermittel realisiert werden. Durch die Zwischenvermietung an den Generalmieter trug sich das Projekt für den Immobilieneigentümer trotz der Finanzierung der notwendigen Umbaumaßnahmen. Die für den Generalmieter, durch die Untervermietung entstandenen Verwaltungskosten wurden durch die Mieteinnahmen kompensiert.

Insgesamt verlief das Modell überaus erfolgreich. Nach dem ursprünglich geplanten Ende des Projektes entschlossen sich 90

Zwischennutzungen

Prozent der Mieter zu einer weiteren Verlängerung über zwei Jahren. Der Eigentümer der Immobilie profitierte so weiterhin von seinen attraktiven Mietern, die zur Adressbildung und Standortvorbereitung beitrugen und das Angebot in der Innenstadt qualitativ ergänzten. Dieser Projekterfolg veranlasste den Immobilienentwickler inzwischen dazu, auch in Zukunft, bei anderen Projekten, mit der 8-seasons GmbH zu kooperieren.

Nachdem die dauerhafte Umgestaltung des Gebäudes zunehmend konkreter wurde, entschloss man sich, das Projekt zum Ende des Jahres 2008 zu beenden. Als letzter Mieter zog im März 2009 der Club aus dem Gebäude aus, so dass im Juni 2009 mit den Umbauarbeiten begonnen werden konnte. Entgegen der ursprünglichen Planungen wird bis zum Jahr 2011 jedoch nicht ein Hotel, sondern eine Kombination aus Büros, hochwertigen Wohnungen, Geschäften und Restaurants realisiert.

Maßnahmen:

- Vermietung für den Gesamtzeitraum der Zwischennutzung an einen Generalmieter
- Untervermietung durch den Generalmieter
- Kombination von Nutzungsformen/attraktiver Angebotsmix zum Aufbau einer Standortmarke

Innovation:

Das Projekt hat eine Vielzahl von direkten und indirekten Profiteuren. Zum einen bedeuten die vielfältigen Nutzungen eine Erweiterung des Angebotes in der Münchener Innenstadt, von der auch die ansässigen Händler und Unternehmen profitieren. Die Mieter von Ateliers und Büroflächen ziehen ihren Nutzen vorwiegend aus den für diesen Standort niedrigen Mieten. Synergieeffekte ergeben sich aus der Kombination der angesiedelten Nutzungen. Außerdem wird der temporäre Charakter des Projektes zu etwas "Speziellen" gemacht, in dem der Feinkostladen offensiv mit der Zwischennutzung wirbt.

Fazit:

Der Erfolg des Münchener Projektes Residenzpost basiert vor allem auf seinem Standort und untergeordnet der Nutzungsmischung der Zwischenmieter und attraktiven Umgestaltung des Gebäudes mit minimalen Aufwand. Die unterschiedlichen Nutzungen führen zu einer erhöhten Besucher- und Kundenfrequenz, die wiederum zur Vermarktung und Bekanntheit des Standortes beiträgt. Zudem zeigt sich, dass bei entsprechenden Immobilien in absoluten A-Lagen auch kommerzielle Zwischennutzungen auf höherpreisigem Niveau realisierbar sind.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Landeshauptstadt München
Referat für Stadtplanung und
Bauordnung
Blumenstraße 31
80331 München
Tel.: 089 - 23325248
plan@muenchen.de

Zwischennutzungen

[Rückbau von Schlüsselimmobilien]

Neue Frei- und Einzelhandelsflächen in der Innenstadt

Stadt:

- Völklingen

Einwohner:

- 40.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- 06/2003 - laufend

Kontext:

Die Stadt Völklingen hat als ehemaliger Standort der Montanindustrie erheblich mit den Folgen des Strukturwandels zu kämpfen. Der Wegfall von mehr 12.000 Arbeitsplätzen in der Stahlindustrie bedingte einen Niedergang des Einzelhandelsstandortes Innenstadt, an dem sich Einzelhandels- und Wohnungsleerstände häuften. Das Image des Geschäftsstandortes Völklingen definierte sich über mehrere Jahre in erster Linie über den Leerstand zweier Großimmobilien, dem ehemaligen Kaufhof und dem ehemaligen Möbelhaus Storch.

Projektbeschreibung:

Im Jahr 2003 wurde die Gesellschaft für Innovation und Unternehmensführung, eine private Projektentwicklungsgesellschaft, damit beauftragt, in Kooperation mit verschiedenen städtischen Ämtern ein Handlungskonzept Innenstadt zu erarbeiten. Ein besonderer Schwerpunkt des Konzeptes war die Umgestaltung der beiden Großimmobilien.

Da sich beide Gebäude in Privatbesitz befanden, konnte zunächst keines der Umgestaltungsprojekte ohne die Mitwirkung der Eigentümer realisiert werden. Nachdem erkennbar wurde, dass die öffentliche Hand die notwendigen Impulsprojekte nicht realisieren kann, wurde im Jahr 2006 eine öffentlich-private Stadtentwicklungsgesellschaft gegründet. Mit der anteilig privat getragenen Entwicklungsgesellschaft wurde ein Instrument geschaffen, das in der Lage war, wichtige Impulse durch den Kauf einzelner Immobilien zu setzen.



Die Immobilie des ehemaligen Möbelhauses Storch konnte nach langen Verhandlungen von einem der drei Gesellschafter unter dem Verkehrswert erworben werden. Nachdem sich keine adäquate Nachnutzung für das Objekt finden ließ, entschloss sich die Entwicklungsgesellschaft zu einem vollständigen Rückbau. Auf der nach dem Abriss frei gewordenen Fläche wurde als Zwischennutzung zunächst das Projekt "City-Beach" realisiert. Für die Dauer von zwei Monaten wurde auf einer Fläche von 525 m² ein innerstädtischer Strand angelegt. Diese Zwischennutzung verursachte keinerlei Zusatzkosten, da die Verfüllung der Fläche mit Sand bereits in den Rückbaukosten enthalten war. Nach dem Ende der Zwischennutzungsphase wurde 2007 ein attraktiver öffentlicher Platz mit umliegenden Gastronomieangebot geschaffen.

Die Revitalisierung der Kaufhof-Immobilie gestaltete sich schwieriger. Letztendlich konnte der Eigentümer mit Hilfe einer von der Stadtentwicklungsgesellschaft finanzierten Machbarkeitsstudie von

Zwischennutzungen

den fehlenden Nachnutzungsperspektiven und dem tatsächlichen Wert der Immobilie überzeugt werden. Das Gebäude des ehemaligen Kaufhofs konnte von der Entwicklungsgesellschaft erworben werden, die bereits 2006 Planungen für einen Komplettabriss entwickelt hatte. Aufgrund begrenzter wirtschaftlicher Ressourcen konnte jedoch zunächst nur einzelne Gebäudeteile zurückgebaut werden.

Im Rahmen einer europaweiten Ausschreibung zur Erstellung eines Einkaufszentrums erhielt dann das Hamburger Unternehmen GWB den Zuschlag. Das Unternehmen plant den Neubau einer viergeschossigen Einkaufsgalerie mit einer Gesamtfläche von 9.000 m². Auf den beiden unteren Ebenen soll ein Einkaufszentrum mit einem Schwerpunkt auf Textilanbietern realisiert werden. Im zweiten und dritten Obergeschoss sollen auf 2.400 m² attraktive Büro- und Dienstleistungsflächen entstehen. Der Baubeginn für das Projekt mit einem Investitionsvolumen von 28 Millionen Euro ist für das Jahr 2010 geplant. Bereits ein Jahr später soll das neue Einkaufszentrum eröffnen.

Maßnahmen:

- Erarbeitung eines Handlungskonzeptes Innenstadt
- Gründung einer Stadtentwicklungsgesellschaft
- Kauf von zwei Großimmobilien
- Rückbau der Gebäude
- Zwischennutzung als "City-Beach"
- Neubau eines Einkaufszentrums

Innovation:

Zwei Großimmobilien, die das negative Image des Standortes prägen, werden gezielt zurückgebaut. Durch diese Maßnahmen wird eine Aufbruchsstimmung vermittelt und die Standortaufwertung eingeleitet. Durch die Gründung einer Stadtentwicklungsgesellschaft können Impulsinvestitionen gesetzt werden, die kurz- und mittelfristig private Folgeinvestitionen akquirieren sollen.

Fazit:

Der Abriss zweier Großimmobilien in Völklingen zeigt, dass Rückbaumaßnahmen an besonders problematischen Standorten mit großflächigen Leerständen ebenfalls ein adäquates Instrument darstellen können. Trotz des in der Öffentlichkeit noch immer negativen Images von Rückbaumaßnahmen findet dieses Instrument in Völklingen konsequenten Einsatz bei der Schaffung zeitgemäßer, attraktiver Einzelhandelsflächen.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Stadtentwicklungsgesellschaft
Völklingen
Neues Rathaus
66333 Völklingen
Tel.: 06898 - 132503
Fax: 06898 - 132146
info@sev-vk.de
www.sev-vk.de

Zwischennutzungen



Stadt:

- Eberbach

Einwohner:

- 15.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- 04/2008 - laufend

[Kunstschauenster]

Künstler und Designer beleben Leerstände mit ihren Werken

Kontext:

Das Geschäftszentrum von Eberbach am Neckar, einer Kleinstadt im Odenwald, wird durch historische Bausubstanz und eine Vielzahl kleiner, inhabergeführter Geschäfte geprägt. Als Resultat veränderten Konsumverhaltens, gesteigener Mobilität und der steigenden Anzahl von Einkaufszentren am Stadtrand verlor die Eberbacher Innenstadt als Geschäftsstandort zunehmend an Bedeutung. Dies schlug sich in der Aufgabe vieler kleinerer Geschäfte aus wirtschaftlichen Gründen und einer steigenden Zahl von Leerständen nieder.

Projektbeschreibung:

Im April 2008 initiierte das Kulturamt der Stadt Eberbach das Projekt "Kunstschauenster", das sich die Wiederbelebung der Innenstadt durch die Ansiedlung von Kunst und Kultur zum Ziel gesetzt hatte.

Im Rahmen des Projektes stellen Kunstschaaffende aus der Region ihre Werke in leer stehenden Ladenlokalen aus. Die Immobilieneigentümer stellen zu diesem Zweck ihre Flächen mietfrei zur Verfügung, übernehmen die Nebenkosten und sorgen dafür, dass sich die Schauenster und Räumlichkeiten in einem guten Zustand befinden. Einen Anreiz für die Besitzer stellt die Vereinbarung eines Anerkennungsbeitrages dar: Der Ladenbesitzer wird am Verkauf eines ausgestellten Kunstwerks beteiligt, wenn der Verkauf auf das Projekt zurückzuführen ist. Zudem wird die Ausstellung in einem Ladenlokal kurzfristig beendet, sobald es gelingt, eine kommerzielle Nutzung anzusiedeln.



Für die Organisation des Projektes ist das Kulturamt der Stadt Eberbach verantwortlich. Für die Inszenierung der Kunstwerke werden bei Bedarf Staffeleien, Podeste und Leuchten zur Verfügung gestellt, um die Präsentation vor einem attraktiven Hintergrund zu gewährleisten. Ferner übernimmt das Kulturamt sämtliche Vermarktungsaufgaben und die Öffentlichkeitsarbeit, die mit Hilfe einiger Sponsoren finanziert wird.

Seit dem Beginn des Projektes konnten bereits elf leer stehende Geschäfte durch das Projekt genutzt werden. Großen Zuspruch erhält das Projekt zudem von den Kunstschaaffenden. Über 40 Künstlerinnen und Künstler haben ihr Interesse zur Mitarbeit an dem Projekt kommuniziert.

Bislang erhielten 20 Kunstschaaffende die Möglichkeit zur Ausstellung ihrer Werke, darunter befanden sich auch die künstlerischen Arbeiten zweier Eberbacher Schüler.

Zwischennutzungen

Im Zuge des Eberbacher Kunstschau Fensters gelang es bereits fünf, vormals leer stehenden Ladenlokale, mit einer neuen kommerziellen Nutzung zu füllen. Eine dauerhafte Fortführung des Projekts ist geplant und wird durch die finanzielle Unterstützung zweier lokaler Großsponsoren sichergestellt.



Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus

Maßnahmen:

- Zeitlich begrenzter Verzicht auf Mieteinnahmen durch die Immobilieneigentümer
- Kunst- und Kulturprojekte als Zwischennutzungen
- Begleitende Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit durch das Kulturamt
- Beteiligung der Immobilieneigentümer an Verkaufserlösen

Innovation:

Die Aufenthaltsqualität in der Eberbacher Innenstadt wird deutlich erhöht. Parallel wird der Geschäftsstandort durch gestiegene Besucherzahlen gestärkt. Für die Kunstschaffenden der Region wird eine attraktive Plattform etabliert, die sie sonst nur während zeitlich befristeter Ausstellungen haben. Außerdem kann die Stadtverwaltung ihrer Aufgabe zur Förderung von Kunst und Kultur nachkommen, was sich in Zeiten sinkender kommunaler Ausgaben oftmals schwierig gestaltet.

Fazit:

Die Aktion wird vom Kulturamt der Stadt Eberbach initiiert, organisiert und vermarktet sowie durch Sponsoren finanziell unterstützt. Hierdurch kann sich das Projekt zum einem wirtschaftlich tragen und wird zum anderen hinsichtlich der Ausstellungsart und -qualität den Anforderungen der einzelnen Kunstwerke gerecht. Gleichzeitig erhält Eberbach mit Hilfe des Projektes regionale Aufmerksamkeit und kann sich somit besser als Einkaufs- und Tourismusstandort vermarkten.

Die Resonanz der Bevölkerung ist sehr positiv. Die ehemals vorherrschende Resignation ist mittlerweile einer kreativen Aufbruchstimmung gewichen. Das erfolgreiche Projekt hat große Aufmerksamkeit erhalten. So informieren sich Vertreter anderer deutscher Städte in Eberbach über die Konzeption und prüfen eine Übertragbarkeit.

Kontakt:

Tobias Soldner
Stadtverwaltung Eberbach
Leopoldsplatz 1
69412 Eberbach
Tel.: 06271 - 87241
Tobias.soldner@eberbach.de
www.eberbacher-kunstschauenster.de

Nach- und Umnutzungen



Stadt:

- Troisdorf

Einwohner:

- 75.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- Mitte 2000 - laufend

[Forum Troisdorf]

Parzellierung der Einzelhandelsflächen im ehemaligen Hertie-Kaufhaus

Kontext:

Das Mittelzentrum Troisdorf verliert aufgrund seiner Lage zwischen den beiden Oberzentren Köln und Bonn große Kundenpotenziale. Der damit verbundene Kaufkraftabfluss führte dazu, dass zahlreiche Einzelhandelsflächen leerstanden. Einen besonders negativen Effekt auf den Geschäftsstandort hatte die Schließung des ehemaligen Kaufhauses Hertie im Jahr 1998. Kurzfristig standen 17.000 m² Einzelhandelsflächen unmittelbar im Stadtzentrum leer. Durch das Wegbrechen des Kaufhauses als Frequenzbringer verlagerten sich die Kundenströme und die umliegenden Einzelhändler hatten erhebliche Umsatzeinbußen zu verzeichnen.

Projektbeschreibung:

Nachdem das Gebäude über ein Jahr leerstand, entwickelte die Troisdorfer Stadtverwaltung ein Konzept zur Umgestaltung des ehemaligen Kaufhauses in ein Shopping-Center mit daran angeschlossenen öffentlichen Einrichtungen. Die Idee zur Kombination von öffentlichen und privaten Nutzungen beruhte darauf, dass bereits seit längerer Zeit ein neuer Standort für die Stadtbibliothek und die Volkshochschule gesucht wurde und gleichzeitig eine Belebung des Einzelhandelsstandortes erforderlich war.

Von 2000 bis 2001 wurde das Gebäude grundlegend saniert und im Mai 2001 als "Forum Troisdorf" neu eröffnet. Die Umgestaltung des Objektes wurde durch eine Public-Private-Partnership zwischen der Stadt Troisdorf und der Metro-Gruppe, die bereits zuvor durch einen langfristigen Mietvertrag an das Objekt gebunden war, finanziert.

Das Forum Troisdorf wird seitdem durch eine Kombination aus Einzelhandel im Erdgeschoss und im ersten Obergeschoss sowie öffentlichen Einrichtungen im zweiten Obergeschoss genutzt. Im zweiten Obergeschoss befinden sich auf einer Fläche von 2700 m² die Stadtbibliothek und die Volkshochschule. Die Flächen im Untergeschoss und im dritten Obergeschoss stehen leer. Die gezielte Ansprache neuer Mieter für die Einzelhandelsflächen erfolgte zum einen über den Hauptmieter, die Metro Real Estate und zum anderen über einen beauftragten Makler. Durch dieses Vorgehen konnte der Textilanbieter H & M als Ankermieter gewonnen werden. Weitere Einzelhandelsflächen wurden durch die Textilanbieter NewYorker und Jean Pascale sowie den Drogeriemarkt Müller belegt.

Insgesamt wurde durch das Forum Troisdorf eine Erhöhung der Kundenfrequenzen erreicht, die zur Sicherung und Stabilisierung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt beitrug. Trotz dieses beispielhaften

Nach- und Umnutzungen

Projektes hat die Troisdorfer Innenstadt aber weiterhin mit gewerblichen Leerständen zu kämpfen. Aus diesem Grund hat die Troisdorfer Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketing GmbH ein professionelles Leerstandsmanagement initiiert.

Maßnahmen:

- Sanierungsarbeiten
- Kombination von öffentlichen und privaten Nutzungen zur Entwicklung eines neuen Frequenzbringers
- Parzellierung einer großen Einzelhandelsfläche

Innovation:

Mit Hilfe einer Public-Private-Partnership kann eine dauerhafte Nachnutzung für die Kaufhaus-Immobilie gefunden werden, woraus sich für alle beteiligten Akteure eine Planungssicherheit ergibt. Durch die Kombination von öffentlichen und privaten Nutzungen werden gezielt Synergieeffekte geschaffen: Bibliothek und Volkshochschule erzeugen eine gewisse Grundfrequenz an Publikumsverkehr, von der wiederum der Einzelhandel profitieren kann.



Fazit:

Das Forum Troisdorf steht beispielhaft für die erfolgreiche Revitalisierung einer Kaufhaus-Brache. Das konkrete Beispiel zeigt, dass bei der Umgestaltung von Kaufhäusern eine funktionale Umnutzung nicht zwingend erforderlich ist, sondern auch die Parzellierung größerer Einzelhandelsflächen ein erfolgreicher Ansatz sein kann. Ebenfalls von großer Bedeutung ist die Umnutzung der oberen Etagen, in denen Einzelhandelsnutzungen oftmals nicht mehr funktionieren können. Die häufig schwierige Finanzierung größerer Projekte, das notwendige Projektmanagement sowie die Gestaltung von Handelsflächen wird in diesem Fall, durch eine Public-Private-Partnership innovativ gelöst.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus

Kontakt:

Stadtmarketinggesellschaft
"Trowista"
Wilhelm-Hamacher-Platz 24
53840 Troisdorf
Tel.: 02241 - 806566
info@trowista.de
www.trowista.de

Nach- und Umnutzungen



Stadt:

- Luckenwalde

Einwohner:

- 20.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- Herbst 2006 - laufend

[Bibliothek im Bahnhof]

Die Stadtbibliothek als neuer Frequenzbringer

Kontext:

Wie in vielen Städten bildet auch in Luckenwalde der Bahnhof ein wichtiges Eingangstor zur Innenstadt. Im Laufe der 1990er-Jahre verlor das zwischen zwei Sanierungsgebieten gelegene Bahnhofsgebäude seine Funktion, was sich negativ auf den angrenzenden Einzelhandelsstandort Innenstadt auswirkte. Nachdem die beiden großen Wartesäle nicht mehr benötigt wurden und sich mehrere Einzelhändler zurückgezogen hatten, standen große Bereiche des Gebäudes leer und waren einem zunehmenden Verfall ausgesetzt. Über mehrere Jahre wurde nur noch die Empfangshalle als Zugang zu den Gleisen verwendet, bevor auch diese wegen der Gefahr von herabfallenden Deckenteilen nicht mehr genutzt werden konnte.

Projektbeschreibung:

Um den weiteren Verfall des denkmalgeschützten Bahnhofsensembles aufzuhalten, wurde über verschiedene Modelle zur Revitalisierung nachgedacht. Als Frequenzbringer sollte nach Möglichkeit eine öffentliche Einrichtung angesiedelt werden, die das gesamte Gebäude nutzen konnte. Im Laufe des Planungsprozesses fiel dabei sehr schnell die Entscheidung auf die Stadtbibliothek, für die bereits seit mehreren Jahren nach einem neuen Standort gesucht wurde.

Im Herbst 2006 erwarb die Stadt das Gebäudeensemble von der Deutschen Bahn und begann umgehend mit der Sanierung des baufälligen Daches. Parallel wurde ein Architektenwettbewerb durchgeführt, dessen Ergebnisse ausgestellt und im Rahmen von öffentlichen Workshops mit den Bürgerinnen und Bürgern diskutiert wurden. Hierbei wurde deutlich, dass vor allem der historische Charakter des Gebäudes, auch im Inneren, erkennbar bleiben sollte. Nach Abschluss der Planungsphase und der Festlegung auf ein Umnutzungsmodell begann die Umgestaltung des Gebäudes. In der Empfangshalle wurde der Ein- und Ausgangsbereich untergebracht, der eine Garderobe, das Servicezentrum zur Ausleihe und Rückgabe von Medien sowie eine Cafeteria und einen Aufenthalts- bzw. Veranstaltungsraum umfasst. Im ehemaligen Wartesaal erster Klasse wurde die Ausleihe von Belletristik angesiedelt, während im ehemaligen Kaisersaal ein Lese- und Hörraum realisiert wurde. Der frühere Wartesaal zweiter Klasse, im hinteren Gebäudeabschnitt, erhielt eine Galerie in der auf zwei Etagen Medien angeboten werden. Um ein besonderes architektonisches Highlight zu setzen, wurde das Bahnhofsgebäude um einen kubischen Anbau ergänzt, in dem eine Kinder- und Jugendbibliothek eingerichtet wurde. Hervorzuheben ist, dass alle Gebäudebereiche über Rampen oder niveaugleich für Behinderte zu erreichen sind. Zudem ermöglichte die Installation eines Fahrstuhls im



Nach- und Umnutzungen

Inneren des Gebäudes die barrierefreie Zugänglichkeit aller Ebenen. Die Anforderungen des Denkmalschutzes sowie die Wünsche nach Bewahrung des historischen Charakters wurden trotz moderner Einbauten erfüllt, indem Wände und Böden des Bahnhofs sichtbar erhalten blieben.

Am 19. Juni 2008 wurde die neue Bilbiothek eröffnet. Um den Standort Bahnhof für Nutzer und Kleinunternehmer zu bewerben, wurde eine Dachmarke mit eigenem Logo entwickelt, das auch die Bibliothek nutzt. Insgesamt konnte durch das Projekt eine deutliche Aufwertung des Bahnhofsumfeldes erreicht werden, die auch auf den angrenzenden Hauptgeschäftsbereich ausstrahlt und somit eine stabilisierende Wirkung auf die Innenstadt hat. Das Programm zu mehr als zwei Dritteln mit Fördermitteln der EU-Gemeinschaftsinitiative URBAN finanziert. Neben dem Eigenanteil der Stadt Luckenwalde wurden Fördermittel aus der Städtebauförderung des Bundes und des Landes Brandenburg eingesetzt.

Maßnahmen:

- Durchführung eines Architektenwettbewerbs
- Bauliche Veränderungen unter Berücksichtigung des Denkmalschutzes
- Ansiedlung einer öffentlichen Einrichtung als Ankermieter
- Öffentliche Ausstellungen und Workshops
- Entwicklung und Implementierung einer Dachmarke
- Begleitende Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit.

Innovation:

Durch öffentliche Schlüsselinvestitionen wird ein Impuls zur Quartiersentwicklung gesetzt. Die Aufwertung des problembehafteten Hauptgeschäftsbereichs setzt nicht direkt im Zentrum selbst an, sondern wird aus einer Nebenlage heraus initiiert. Durch die Ansiedlung eines öffentlichen Frequenzbringers erhält die Innenstadt einen neuen Anziehungspunkt, von dem auch der Einzelhandel am Standort Innenstadt dauerhaft profitiert.

Fazit:

Das Luckenwalder Projekt beweist, dass sich die Revitalisierung von Leerständen nicht allein auf die Ansiedlung von privatwirtschaftlichen Nutzungen beschränken muss, sondern dass auch von öffentlichen Einrichtungen ein wichtiger Impuls ausgehen kann. Der positive Projektverlauf hat darüber hinaus die Deutsche Bahn dazu veranlasst, nicht mehr betriebsnotwendige Gebäude gezielt such anderen kleineren Städten und Gemeinden zur Wiederbelebung anzubieten.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Stadtbibliothek Luckenwalde
Elka Freudenberger
Bahnhofsplatz 5
14943 Luckenwalde
Tel.: 03371 - 403340
Fax: 03371 - 403341
www.bibliothek-luckenwalde.de

Nach- und Umnutzungen



Stadt:

- Berlin

Einwohner:

- 3.400.000

Standorttyp:

- Stadtteilzentrum

Zeitraum:

- Mitte 2003 - laufend

[Altes Textilkaufhaus]

Modewaren im Gebäude der Volkssolidarität

Kontext:

Während der 1990er-Jahre entwickelte sich im Berliner Stadtteil Friedrichshain eine ausgeprägte kreative Szene junger Künstler und Designer, die vor allem durch die zahlreichen Leerstände, in den zumeist unsanierten Gebäuden angezogen wurden. Bis Ende der 1990er-Jahre wurde das in Privatbesitz befindliche Gebäude an der Ecke Boxhagener Straße und Colbestraße im Zentrum des Stadtteils durch die Volkssolidarität, eine 1945 in der Sowjetischen Besatzungszone Deutschlands gegründete Hilfsorganisation, genutzt. Nach dem Auszug der Organisation Ende der 1990er-Jahre stand die Immobilie bis zum Jahr 2003 leer.

Projektbeschreibung:

Im Jahr 2003 mietete die Architektin Marina Bell die Räumlichkeiten im Erdgeschoss des Gebäudes an und gründete das "Alte Textilkaufhaus", um dort ihr Hobby, "Handarbeiten", zum Beruf zu machen. Nachdem sich ihre Geschäftsidee etablieren konnte und befördert durch die allgemeine Entwicklung des Stadtteils, interessierten sich nach einiger Zeit auch andere Kreative für den Standort.

Durch die erfolgreiche Arbeit eines aus Mitteln des Bund-Länder-Programms "Soziale Stadt" und des "Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung" finanzierten Quartiersmanagements konnten zwischen 1999 und 2005 viele Eigentümer zur Sanierung ihrer Immobilien bewegt werden. Die Aufwertung des Stadtteils führte dazu, dass 2006 auch das Gebäude des "Alten Textilkaufhauses" umfassenden Sanierungsarbeiten unterzogen wurde.

Nach dem Abschluss der Arbeiten befinden sich im Alten Textilkaufhaus zwölf Ateliers auf zwei Etagen bzw. 370 m², in denen unterschiedliche Produkte hergestellt und verkauft werden. Die Bandbreite der Produkte reicht dabei von Bekleidung und Schmuck, über Holz- und Leinenprodukte bis hin zu Postkarten und Bildern. Im Erdgeschoss stellt die Projektinitiatorin aus Filz, Wolle und Baumwolle Modeartikel her. Im nebenan gelegenen Geschäft "Kiek in de Kök" werden Holz- und Leinenprodukte angeboten.



Während im Erdgeschoss vorwiegend Naturprodukte angeboten werden, gibt es im Obergeschoss im Geschäft "Froschkönig" ausgefallene Kinder- und Damenoberbekleidung. In einem weiteren großen Verkaufsraum befindet sich ebenfalls ein Modegeschäft, in dem interessierte Kunden Einzelstücke in Auftrag geben oder sich von einer Metalldesignerin Schmuckstücke anfertigen lassen können.

Nach- und Umnutzungen

Eine besondere Stärke ist sicherlich die Vielfalt des Angebots im Alten Textilkaufhauses. Trotz der komplementären Nutzungen werden verschiedene Zielgruppen angesprochen und Synergieeffekte geschaffen.

Der durchschnittliche Mietpreis für einen Raum im Alten Textilkaufhaus liegt bei etwa 150 Euro im Monat. Von den erzielten Gewinnen werden zehn Prozent in eine Gemeinschaftskasse gezahlt, aus der Werbe- und Renovierungsmaßnahmen finanziert werden.

Interessant ist zudem das Konzept der Vermietung einzelner Regale: So besteht die Möglichkeit, für 20 Euro ein Regal anzumieten, um dort selber produzierte Waren anzubieten. Der Verkauf der Waren wird nach einem festgelegten Plan täglich von einem anderen Mieter übernommen. Hierdurch gibt es ausreichende Zeiträume zur Produktion der Waren und gleichzeitig führt der Verzicht auf Verkäufer zu einer weiteren Kostenreduktion.

Maßnahmen:

- Renovierungs- und Sanierungsmaßnahmen
- Günstige Mietkonditionen
- Vermietung von Regalen

Innovation:

Ein leer stehendes Gebäude bietet eine gute Plattform für Existenzgründer aus dem Bereich der Kreativwirtschaft. Durch die günstigen Mietkonditionen erhalten Kreative die Möglichkeit zu einem unkomplizierten und erfolgreichen Geschäftseinstieg. Die Reduzierung der Mieterwartungen durch den Eigentümer ermöglicht die Existenzgründung, gleichzeitig profitiert er von der Beseitigung des Leerstands. Im konkreten Fall stellt die Anmietung einzelner Regale einen innovativen Ansatz zur Erprobung, ob sich produzierte Waren für den Verkauf eignen, dar.

Fazit:

Das Beispiel des Alten Textilkaufhauses zeigt eindrucksvoll, welche Impulse von der Kreativwirtschaft für eine Reaktivierung von Leerständen und eine Entwicklung von Standorten ausgehen können. Ferner zeigt das Beispiel, dass sich alternative Nutzungen nicht auf die Kaschierung von Leerständen beschränken müssen, sondern durchaus auch wirtschaftliche Gewinne erzielen können.

Eine weitere wichtige Erkenntnis aus diesem Projekt ist, dass eine dauerhafte Belegung eines Objektes durch einen Pioniernutzer initiiert werden kann und so ein positives Standortimage geschaffen wird, das Nachfolgenutzungen anregt.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Altes TextilKaufhaus
Boxhagener Straße 93
10245 Berlin
Tel.: 030 - 66763760
Fax: 030 - 66763762
a.bell@netbio.de
www.altestextilkaufhaus.de

Nach- und Umnutzungen



Stadt:

- Düsseldorf

Einwohner:

- 585.000

Standorttyp:

- Einzelstandort

Zeitraum:

- Ende 2006 - laufend

[Umnutzung eines Geschäftshauses]

Behindertengerechte Wohnungen im ehemaligen Autohandel

Kontext:

Im Jahr 1976 wurde in zentraler Lage im Düsseldorfer Stadtteil Oberbilk ein Geschäftshaus fertiggestellt. Über einen Zeitraum von mehr als 15 Jahren wurden das Unter-, Erd- und Obergeschoss von einem Autohandel genutzt. Die Flächen in den obersten beiden Etagen wurden als Büroflächen und Arztpraxen vermietet. Das Gebäude stand lange Zeit zu 70 Prozent leer und war sanierungsbedürftig, da nach dem Auszug des Hauptmieters seit Anfang der 1990er-Jahre nur noch kleinere Instandhaltungsarbeiten durchgeführt wurden.

Projektbeschreibung:

Im Jahr 2006 gelang es, das Gebäude einer neuen Nutzung zuzuführen. Der Pflegedienst isb, Ambulante Dienste gGmbH, erwarb die Immobilie mit dem Ziel, dort vier Gruppenwohnungen für behinderte Menschen zu realisieren.

Zu diesem Zweck wurde das Gebäude vollständig entkernt und rollstuhlgerecht umgebaut. Auf jeder der vier Etagen entstand eine große Gruppenwohnung für jeweils vier Personen. Drei der Wohnungen haben eine Fläche von ca. 200 Quadratmetern und verfügen über 4 Wohn-Schlafräume, zwei rollstuhlgerechte Badezimmer sowie eine behindertengerechte Küche mit daran angeschlossenem Aufenthaltsraum mit Essplatz. Die Wohn-Schlafräume haben eine Größe von 20 bis 26 Quadratmetern. Die vierte Wohnung ist etwa 60 Quadratmeter groß. Die Gewerbefläche im Erdgeschoss des Gebäudes wird als Düsseldorfer Zweigstelle des Ambulanten Dienstes genutzt.

Der Mietpreis für die Wohnungen liegt bei 5,40 Euro pro Quadratmeter. Die Warmmiete beträgt etwa 380 Euro pro Bewohner und wird zum überwiegenden Teil durch das Sozialamt der Stadt Düsseldorf übernommen. Die Baukosten für das gesamte Projekt betragen schätzungsweise 1,5 Millionen Euro. Hiervon entfielen 1,1 Millionen Euro auf die Erstellung der Wohnungen und 400.000 Euro auf die Umgestaltung der Gewerbeflächen im Erdgeschoss. Die Grundstückskosten inklusive des Bestandsgebäudes lagen bei 976.000 Euro. Das Projekt wurde durch öffentliche Wohnungsbaufördermittel in Höhe von 0,9 Millionen Euro unterstützt und ermöglicht.

Das Wohnprojekt hat sehr großen Zuspruch in der Öffentlichkeit erhalten. Obwohl die Betreiber keine auf die Besonderheit des Projektes ausgerichtete Vermarktung durchgeführt haben, gelang es, innerhalb kurzer Zeit alle Wohnungen zu vermieten.

Nach- und Umnutzungen

Maßnahmen:

- Reaktivierung eines brachgefallenen Bürogebäudes durch Umnutzung
- Bau von vier rollstuhlgerechten Wohnungen
- Umgestaltung der bestehenden Gewerbeflächen

Innovation:

An einem Standort, an dem auch aufgrund seiner funktionalen Gestaltung keine dauerhafte und zukunftsfähige Einzelhandels- oder Dienstleistungsnutzung angesiedelt werden kann, findet eine vollständige Neuorientierung statt. Die Ausrichtung auf behinderten- bzw. rollstuhlgerechte Wohnungen stellt, nicht zuletzt vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und dem steigenden Bedarf an entsprechenden Sonderwohnformen, einen nachhaltigen Ansatz zur Aktivierung leer stehender gewerblicher Immobilien dar.



Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus

Fazit:

Die Umnutzung des Geschäftsgebäudes in Düsseldorf-Oberbilk ist als beispielhaftes Modell zu sehen, wie brachgefallene Kaufhaus- oder Gewerbebauten reaktiviert werden können.

Zwar sinkt durch die Umnutzung die wirtschaftliche Aktivität, gleichzeitig wird jedoch eine neue städtebauliche Attraktivität erreicht und an zukünftige Bedürfnisse ausgerichteter Wohnraum geschaffen.

Kontakt:

ISB - ambulante Dienstleistungen GmbH
Linienstraße 70
40227 Düsseldorf
Tel.: 0211 - 7881447
Fax: 0211 - 7802847
duesseldorf@isb-ggmbh.de

Nach- und Umnutzungen



Stadt:

- Hückeswagen

Einwohner:

- 16.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- - laufend



[Stilmix]

Kooperation von Gewerbetreibenden zur Standortsicherung

Kontext:

Die Altstadt, der im oberbergischen Kreis gelegenen Gemeinde Hückeswagen wird durch eine vielfältige historische Bausubstanz geprägt. Durch die kleinteilige Bebauungsstruktur herrschen am Geschäftsstandort kleine, inhabergeführte Geschäfte vor. Nachdem mehrere Einzelhändler ihre Geschäfte aufgegeben hatten, war die Stadt mit einer steigenden Leerstandsproblematik konfrontiert, die sich bis in die A-Lagen des Geschäftszentrums ausdehnte.

Projektbeschreibung:

Um ihre Geschäfte, trotz der negativen Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Hückeswagen dauerhaft erhalten zu können, entschieden sich drei lokale Gewerbetreibende für eine Zusammenarbeit und die Implementierung eines neuartigen Geschäftskonzeptes. Das Konzept sah vor, die drei bislang eigenständigen Geschäfte zu schließen und stattdessen gemeinsam ein leer stehendes, größeres und vor allem besser gelegenes Ladenlokal anzumieten.

Aus dieser Initiative entstand das Geschäft "Stilmix", das neben einem Modegeschäft und einem Fotostudio auch einen Laden für Geschenke und Wohnaccessoires umfasst. Durch die Kopplung der unterschiedlichen Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktionen werden Besucher und Kunden zur Nutzung von gewöhnlicherweise getrennten Angeboten animiert. Ein wesentliches Merkmal des Geschäfts-konzeptes ist, dass die einzelnen Ladenflächen fließend ineinander übergehen: So verzichten die Betreiber bewusst auf Trennwände. Im Eingangsbereich werden Geschenkartikel präsentiert, welche die Kunden anlocken und zu einem spontanen Kauf anregen sollen. Innerhalb des Ladenlokals führen diese Artikel die Kunden dann zu den weiteren Angeboten.

Durch die räumliche Verbindung der Angebote wird der oftmals spontane und kurze Besuch des Geschäftes aufgewertet, da die verknüpften und teilweise höherwertigen Angebote die Kunden zum längeren Verweilen und zu Kopplungskäufen animieren. Durch die auffällige Kombination nicht komplementärer Nutzungen wird das Interesse der Kunden geweckt, was an dem ständig wachsenden Zulauf neuer Kunden deutlich wird. Die Zusammenlegung der unterschiedlichen Angebote hat zudem einen erheblichen Werbeeffect, z.B. die Wiederkehr der Kunden zur Nutzung eines anderen Angebots. Für die drei Einzelhändler reduzieren sich außerdem die Kosten für Miete, Heizung und Werbeaktivitäten. Das gemeinsame Marketing wird zudem durch das neuartige Geschäftsmodell erleichtert, das sich als äußerst innovativ bewerben lässt und somit eine größere Wirkung

Nach- und Umnutzungen

erzielt. Alles in allem profitieren von der Nutzungskopplung sowohl die Einzelhändler, Besucher und Kunden wie auch der Standort.

Maßnahmen:

- Kooperation mehrerer Einzelhändler
- Aufgabe von drei Ladenlokalen
- Anmietung eines gemeinsamen, leer stehenden Ladenlokals mit höherer Lagequalität



Innovation:

Durch Kombination von frequenz- und nachfrageorientierten Nutzungen sowie die geschickte Wegeführung innerhalb des Ladenlokals werden wichtige Synergieeffekte zwischen den drei Geschäften erzielt.

Fazit:

Insgesamt stellt das in Hückeswagen realisierte Geschäftsmodell einen wichtigen Beitrag zur Aufwertung der Innenstadt dar. Die vormals in ihrer Existenz bedrohten Geschäfte, sind durch die Zusammenlegung, nun auch überregional bekannt und ihre Wirtschaftlichkeit hat sich nachhaltig verbessert. Ein negativer Effekt ist die Entstehung von drei neuen Leerständen durch die Aufgabe der ursprünglichen Geschäftsstandorte.

Allgemein lässt sich das Modell auch auf andere Geschäftsstandorte übertragen. Voraussetzung für eine derartige Nutzungskopplung ist die Verfügbarkeit geeigneter Räumlichkeiten, was unter Umständen Umbaumaßnahmen erforderlich macht, die insbesondere in denkmalgeschützten Gebäuden und kleinteiligen Grundstückszuschnitten in historischen Innenstädten eine Herausforderung für Immobilieneigentümer darstellen. Nutzungskopplungen bieten vor allem die Chance, kleine Teilsortimente und Dienstleistungen an einem Geschäftsstandort anzubieten oder zusätzliche Nutzungen in Bestandsunternehmen zu integrieren.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus

Kontakt:

Stilmix Schlickowey
Islandstraße 16
42499 Hückeswagen
Tel.: 02192 - 9358953

Nach- und Umnutzungen



Stadt:

- Essen

Einwohner:

- 580.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- Mitte 2004 - laufend



[Das Unperfekthaus]

Existenzgründer und Künstler in einem ehemaligen Kloster

Kontext:

Unweit des Essener Hauptgeschäftszentrums und in direkter Nachbarschaft zum neuen Einkaufszentrum am Limbecker Platz befand sich bis 1999 ein Kloster des Franziskanerordens. Nach der Schließung des Klosters ließ sich für das architektonisch sehr funktional gestaltete Gebäude keine geeignete Nachnutzung finden. Im Jahr 2004 wurde das Gebäude vom Unternehmer Reinhard Wiesemann gekauft, einer Nutzung zugeführt und funktional in seine Umgebung reintegriert.

Projektbeschreibung:

Mit dem Ziel, etwas gesellschaftlich Sinnvolles zu tun, unternehmerisch zu handeln und gleichzeitig Spaß zu haben, gründete Reinhard Wiesemann das Unperfekthaus als Plattform für Existenzgründer. Es bietet Künstlern und kreativen Existenzgründern auf sieben Etagen bzw. 4000 m² die Möglichkeit, ihrer Arbeit nachzugehen oder eigene Geschäftsideen zu erproben. Das Besondere daran ist, dass für die Nutzung der Räume keinerlei Miet- oder Nebenkosten entrichtet werden müssen, so dass Konzepte, die sich als nicht dauerhaft tragfähig erweisen, nur mit einem geringen wirtschaftlichen Risiko verbunden sind.

Gegenwärtig sind mehr als 500 Personen an den unterschiedlichen Projekten im Unperfekthaus beteiligt. Die Projekte haben keine feste Laufzeit, sondern laufen so lange, bis sie von einer Seite gekündigt werden. Bemerkenswert ist die Mischung der Funktionen im Unperfekthaus. Auf der einen Seite gibt es einige kommerzielle Nutzungen wie ein Restaurant oder ein Hotel, auf der anderen Seite handelt es sich bei der überwiegenden Zahl der hier Aktiven um oftmals wirtschaftlich unrentierliche Nutzungen wie Kunstateliers, Werkstätten und Bühnen. Allgemein unterscheiden sich im Unperfekthaus Fach- und Projekträume. Die Fachräume stehen allen Gästen zur Verfügung und können bei Bedarf für Veranstaltungen gemietet werden. Die Projekträume werden in der Regel von Kreativschaffenden für unterschiedliche Tätigkeiten genutzt. Ein besonders kreatives Projekt ist das WG-Hotel: Ein Hotel, das wie eine Wohngemeinschaft gestaltet wurde und insgesamt sechs Doppel- und zwei Einzelzimmer umfasst. Ein weiteres Highlight ist die Dachterrasse, die interessierten Gästen einen Ausblick über die gesamte Innenstadt ermöglicht und die im Sommer für regelmäßige kommerzielle Parties genutzt wird.

Die Finanzierung des Unperfekthauses erfolgt ausschließlich über Beteiligungen an den Gewinnen der Nutzer sowie der Vermietung der Räumlichkeiten für Veranstaltungen, Feiern oder Seminare.

Nach- und Umnutzungen

Zusätzlich wird für jeden Gast ein Eintrittsgeld in Höhe von 5,50 Euro pro Person erhoben, für das die Gäste wiederum unbegrenzten Zugriff auf alle nicht-alkoholischen Getränke erhalten.

Ein sehr positives Element dieser Projektentwicklung besteht sicherlich auch daran dass keinerlei öffentliche Fördergelder in Anspruch genommen wurden. Die Einnahmen werden in erster Linie zur Deckung der laufenden Kosten verwendet. Erzielte Gewinne werden als Anschubfinanzierung für neue Geschäftsideen genutzt.

Maßnahmen:

- Vollständiger Verzicht auf Miet- und Nebenkosten
- Förderung von Kreativen und Existenzgründern
- Kunst- und Kulturprojekte als Zwischennutzung

Innovation:

Das privat finanzierte Unperfekthaus bietet Existenzgründern und Kreativen die Möglichkeit, eigene Ideen und Konzepte zu realisieren. Hierzu werden die notwendigen Rahmenbedingungen geschaffen und ein wesentliches Hemmnis bei Existenzgründungen, die Kosten für Miete und Mietnebenkosten in der zumeist unrentierlichen Start- und Erprobungsphase, wird überwunden. Die Umsetzung neuer und vor allem kreativer Geschäftsideen steht dabei im Vordergrund, so dass mit Hilfe dieses Modells eine Idee zu einem gewinnbringenden Projekt werden kann. Durch die Senkung der Fixkosten stehen Existenzgründern deutlich längere Zeiträume bis zur Erzielung von Gewinnen zur Verfügung.

Fazit:

Das Unperfekthaus ist ein Beispiel dafür, wie nicht genutzte Gebäude in einer Stadt neues kreatives Potenzial schaffen können. Einzigartig ist die gemeinsame und vor allem gleichzeitige Nutzung der bestehenden Ressourcen für vollkommen unterschiedliche Ideen, von der sowohl die Kreativwirtschaft als auch Existenzgründer in hohem Maße profitieren. Diese Kombination von kommerziellen Konzepten mit Kunst und Kultur kann als vorbildhaft für andere Standorte bezeichnet werden. Dementsprechend lässt sich das Konzept des Unperfekthauses prinzipiell auch auf andere Standorte übertragen.

Die lokale Implementierung ist jedoch von mehreren Faktoren abhängig. Zum einen bedarf es, aufgrund des Verzichts auf Fördergelder, engagierter Initiatoren aus der Privatwirtschaft. Und zum anderen ist ein dauerhafter Projekterfolg nur möglich, wenn die einzelnen Projekte interessant genug für eine ausreichende Zahl von Besuchern sind, die Eintrittsgelder für die Besichtigung bezahlen.

Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus



Kontakt:

Das Unperfekthaus
Friedrich-Ebert-Straße 18
45127 Essen
Tel.: 0201 - 847350
rwiesemann
@unperfekthaus.de
www.unperfekthaus.de

Nach- und Umnutzungen



Stadt:

- Brandenburg

Einwohner:

- 72.000

Standorttyp:

- Innenstadt

Zeitraum:

- 2004 - laufend

[Cafebar im Brückenhäuschen]

Öffentlich-private Kooperation zur Standortsicherung

Kontext:

Die Jahrtausendbrücke im Stadtzentrum von Brandenburg a. d. Havel ist sowohl ein bedeutender touristischer Anziehungspunkt als auch ein wichtiger Bestandteil des innerstädtischen Wegenetzes. Trotz dieser positiven Standorteigenschaften gelang es über einen Zeitraum von mehreren Jahren nicht, das in städtischen Besitz befindliche Brückenhäuschen mit einer adäquaten und vor allem dauerhaft tragfähigen Nutzung zu versehen.

Projektbeschreibung:

Im Jahr 2004 initiierte die Stadt Brandenburg eine Offensive zur Belebung des Standorts Jahrtausendbrücke und seines Umfelds. Durch die Vermarktung des Standortes ließ sich ein privater Existenzgründer finden, der bereit war, im Brückenhäuschen ein Café mit daran angeschlossenem Kanuverleih zu eröffnen. Da die Stadt großen Wert auf eine dauerhafte Nutzung legte, sich das vorgesehene Angebot jedoch stark auf die Sommermonate konzentrierte, musste eine Lösung gefunden werden, wie sich das Konzept wirtschaftlich tragen ließ. Schließlich wurde das Projekt in Form einer Public-Private-Partnership realisiert. Die Stadt akquirierte öffentliche Fördergelder aus dem Programm "Städtebaulicher Denkmalschutz" zur Sanierung und Restaurierung des Gebäudes und verpachtete es anschließend gemeinsam mit den angeschlossenen Außenlagen. Im Gegenzug wurde die Gestaltung der öffentlichen Grünflächen im Ufer- und Böschungsbereich durch den Betreiber finanziert. Die zusätzliche Nutzung der städtischen Anlagen sollte zu höheren Einnahmen während der Sommermonate beitragen, um die saisonal bedingten Mindereinnahmen im Winter kompensieren zu können.



Durch diese Vorgehensweise und die Kombination eines qualitativ hochwertigen Cafébetriebs mit einem Kanuverleih gelang es, in zentraler Lage einen neuen Anziehungspunkt zu schaffen. So konnte das gastronomische wie auch das touristische Angebot Brandenburgs erweitert werden.

Nach- und Umnutzungen

Zur Belebung des Umfeldes wurde darüber hinaus eine Standortinitiative gegründet. Unter dem Motto "Brückenkult - it happens at the Jahrtausendbrücke" schlossen sich sieben Gewerbetreibende für eine gemeinsame Vermarktung und die Durchführung von Events zusammen. Seit der Eröffnung steigen die Besucherzahlen der Cafebar jährlich an. Dies ist in erster Linie auf das attraktiv gestaltete Außengelände zurückzuführen, das Besucher und Bürger vom Wasser und vom Land zu einem Besuch einlädt.



Branchen:

- Einzelhandel
- Gastronomie/Hotellerie
- Gewerbe/Dienstleistungen
- Kunst & Kultur
- Wohnen
- Öffentliches & Soziales
- Freizeit, Sport, Tourismus

Maßnahmen:

- Vermietung eines in öffentlichen Besitz befindlichen Gebäudes zu Gunsten einer kommerziellen Nutzung
- Verpachtung öffentlicher Außenanlagen
- Public-Private-Partnership: Gestaltung der Außenanlagen durch späteren Nutzer
- Gründung einer Standortinitiative zur Vermarktung und Absicherung des Angebots.

Innovation:

Die Finanzierung des Projektes erfolgt sowohl mit öffentlichen Mitteln als auch durch private Investitionen. Durch die enge Kooperation zwischen Kommune und privatem Betreiber wurden frühzeitig potenzielle Schwierigkeiten thematisiert und gemeinsam tragfähige Lösungen entwickelt. Durch die Kopplung von zwei unterschiedlichen Angeboten wird eine größere Zielgruppe angesprochen, was zur wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Projektes beiträgt. Zur Kompensierung saisonaler Nachfrageschwankungen stellt die Stadt Teile ihrer öffentlichen Grünflächen zur Gewinnsteigerung während der Sommermonate zur Verfügung.

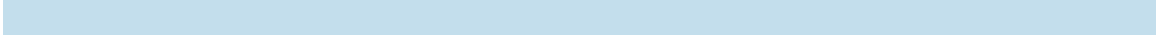
Fazit:

Durch die enge Kooperation zwischen der Stadtverwaltung und dem Betreiber der Cafebar konnte das Brückenhäuschen dauerhaft einer neuen Nutzung zugeführt werden. Die Cafebar an der Jahrtausendbrücke stellt mittlerweile einen attraktiven und besonderen Beitrag zur Aufwertung und Belebung der gesamten Innenstadt dar.

Kontakt:

Cafebar Brückenhäuschen
Ritterstraße 69
14770 Brandenburg
Tel.: 03381 - 229048
info@cafebar-kanu.de
www.cafebar-kanu.de





[Fazit]

Die vorgestellten Beispiele zeigen das breite Spektrum möglicher Ansätze zur Reaktivierung leerstehender Ladenlokale und Gewerbeflächen auf. Von der Kaschierung von Ladenleerständen im Rahmen von Schaufensterwettbewerben über die temporäre Nutzung durch Gastronomie oder kulturelle und soziale Einrichtungen bis hin zu einer kompletten Umnutzung eines einzelnen Gebäudes oder der Neuausrichtung und Profilierung einer gesamten Geschäftsstraße.

Trotz des individuellen Charakters und des Bezugs zum jeweiligen Standort lassen sich durch den Vergleich der verschiedenen vorgestellten Projekte zahlreiche Gemeinsamkeiten erkennen und allgemeine Aussagen und kurze Handlungsempfehlungen ableiten.

So wird in den Beispielen deutlich, dass Projekte auf der Ebene einzelner Immobilien vielfach ein Umdenken und ein großes Engagement der Immobilieneigentümer erfordern. Mit der dauerhaften Reaktivierung eines Leerstands gehen vielfach erhebliche Kosten für Umbau und Gestaltung der Flächen für die neue Nutzung einher [vgl. Umnutzung Geschäftshaus]. Vielfach scheitern solche Ansätze in der Praxis daran, dass die Besitzer solcher Immobilien [noch] Renditeerwartungen haben, die nicht mehr den aktuellen oder zukünftig erreichbaren Gegebenheiten entsprechen. Zu hohe Einstiegspreise verhindern dann nachhaltig sinnvolle und auch vermarktbare Lösungen.

Andere erfolgreiche Entwicklungen auf der Ebene einzelner Immobilien gehen auf die Kreativität und Innovationsfähigkeit der Nutzer zurück, die neue Konzepte erproben und damit einen Leerstand beleben [vgl. Moki-Azubi-Shop, Stilmix]. Hier zeigt sich, dass es eine Fülle von neuen Ladenkonzepten gibt, die einen Standort mit attraktiven und zukunftsweisenden neuen Attraktivitäten versehen könnten, zu deren Realisierung vor Ort aber eine fachliche Beratung und Begleitung der Einzelhändler und der Immobilienbesitzer notwendig ist.

Für öffentliche Akteure, beispielsweise in Quartiersmanagements, Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung, stellt daher die Motivierung und Unterstützung der Eigentümer sowie der ansässigen und ansiedlungsinteressierten Nutzer eine wichtige Aufgabe dar. Ein interessantes Beispiel dafür, wie eine solche Unterstützung von privaten Akteuren aussehen kann, stellt das „Cafe im Brückenhäuschen“ in Brandenburg an der Havel dar. Mithilfe öffentlicher Unterstützung im Rahmen einer Public-Private-Partnership wurde ein tragfähiges Konzept für einen Schlüsselstandort gemeinsam mit dem Betreiber entwickelt und realisiert.

Strategisches Leerstandsmanagement umfasst eine Fülle strategischer Elemente

Realistische Renditeerwartungen von Eigentümern, sind Grundvoraussetzung

Lokale Händler und Gründer brauchen Innovationsberatung und Coaching

Die öffentliche Verwaltung als Organisator und Partner der privaten Akteure

Fazit

Die richtigen Organisationsstrukturen vor Ort sind entscheidende Erfolgsfaktoren

Bei Entwicklungen auf der Standort- oder Quartiersebene kommt hingegen den Organisationsstrukturen eine bedeutende Rolle zu. Obwohl sich vielerorts Gewerbevereine, Händlerinitiativen und andere Interessensgruppen um die Aufwertung und Wiederbelebung von Geschäftsstraßen und Standorten bemühen, fehlt es diesen Organisationen zumeist an finanziellen und personellen Ressourcen sowie oft auch am notwendigen fachlichen und strategischen Know-How. Daher übernimmt in den meisten Projekten zur Entwicklung ganzer Standorte die öffentliche Hand eine bedeutende Rolle. Und gerade in gebietsbezogenen Erneuerungsprozessen, wie etwa den Stadtumbau West Projekten, sollten hier eine qualifizierte Beratung und ein strategisches Coaching über einen längeren Prozess erfolgen, das zugleich auch immer aktives Engagement und eigene [auch: finanzielle] Beiträge der privaten Akteure als Gegenleistung für die eingesetzten öffentlichen Ressourcen einfordert und zur verbindlichen Voraussetzung macht.

Es müssen neue und nachhaltige Finanzierungsstrategien entwickelt werden

In der besonderen Verantwortung der öffentlichen Verwaltung liegt daher zunächst der Aufbau notwendiger Organisationsstrukturen mit zentralen Ansprechpartnern vor Ort, die zugleich einen wichtigen Erfolgsfaktor für solche Projekte darstellen. Ein Problem beim Aufbau solcher Strukturen stellt, nicht nur vor dem Hintergrund der momentanen Finanzlage in vielen Kommunen, die ausreichende Finanzierung dar. Hierfür werden, wenn die Fördervoraussetzungen erfüllt sind, zumeist Fördermittel aus den Städtebauförderungsprogrammen des Bundes und der Länder; wie Stadtumbau und Aktive Stadt- und Ortsteilzentren], ggf. in Kombination mit Mitteln der Strukturfonds der Europäischen Union eingesetzt [vgl. Zwischennutzungsagentur Berlin]. Es empfiehlt sich aber in jedem Fall, auch die Verfügbarkeit von Mitteln regionaler und lokaler Wirtschaftsförderung zu prüfen und solche Mittel – ebenso wie die Beiträge Privater – aktiv in eine mittelfristige Finanzierungsstrategie zu integrieren.

Die mit dieser Finanzierungsform der gebietsbezogenen Städtebauförderung einhergehende Befristung der Projekte eines Strategischen Leerstandsmanagements kann allerdings Probleme bei der langfristigen und nachhaltigen Entwicklung und Profilierung von Standorten [vgl. Unternehmergeist Roding] aufwerfen.

Das Instrument einer formalen ISG sollte vorsichtig angewandt werden

In der jüngsten Vergangenheit wird daher vielfach versucht, durch die formelle Gründung einer ISG auf Basis des entsprechend novellierten Gesetzes verpflichtende Beiträge aller privaten Akteure eines Gebiets zu erschließen. Die bisherigen Erfahrungen in der Arbeit der Innovationsagentur Stadtumbau NRW legen allerdings den Schluss nahe, dass die Erwartungen an den kurzfristigen Nutzen dieser neuen gesetzlichen Möglichkeiten in den aktuellen Projekten des Stadtumbaus aus zwei Gründen nicht zu hoch gesteckt werden sollten:

Übersicht: Kernelemente eines Strategischen Leerstandsmanagements

Information, Öffentlichkeitsarbeit und Abstimmung:

- Gespräche, Begehungen, Bestandsaufnahmen
- Erstellung von Printmedien [Projektbeschreibung, Investoren, Eigentümer, Existenzgründer]
- Auftaktevent mit Signalwirkung
- Schaffung notwendiger Strukturen, etwa „Forum Leerstandsmanagement“

Aktive Einbeziehung des bestehenden Einzelhandels:

- Strategische Einbindung & Kooperation
- Aufwertung
- Stabilisierung, Sicherung & Qualitätsentwicklung
- Entwicklung und Realisierung innovativer Ladenkonzepte
- Wettbewerbe, Aktionen

Aktive Einbeziehung der Immobilienbesitzer:

- Strategische Einbindung & Kooperation
- Aufwertung & Investitionen in den Bestand
- Umnutzung im Bestand
- Sonderkonditionen für Gründer und Zwischennutzer

Umfeldverbesserung & Städtebauliche Aufwertung:

- Gestaltung von Achsen und Eingangsbereichen
- Corporate Design im öffentlichen Raum
- Einheitliche qualitätsvolle Außenmöbel der Gastronomie

Vermarktung von Leerstand:

- Vermarktung durch neue Medien, Internet etc.
- Existenzgründerwettbewerbe
- Zwischennutzungen & Aktionen

Frequenzsteigerung:

- Aktionen, Feste
- Pressearbeit & Werbung

- Zum einen zeigt eine Diskussion der rechtlichen Möglichkeiten und Grenzen bei der Anwendung dieses neuen Instruments, dass es noch zahlreicher praktischer Erfahrungen und Klärungen bedarf, bevor Kommunen dieses Instrument ohne allzu große Unwägbarkeiten und Risiken einsetzen können [vgl. Dokumentation des Workshops "Immobilien- und Standortgemeinschaften in NRW", Innovationsagentur Stadtumbau NRW 2009].
- Zum anderen zeigen die Erfahrungen in den laufenden Modellprojekten zum Thema Leerstandsmanagement der Innovationsagentur, dass in allen Fällen lokal bereits ein hohes Maß an Mitwirkungsbereitschaft und Engagement aufgebaut wurde und dass die lokalen Akteure fürchten, durch eine formale ISG-Gründung und damit einhergehende Zwangsinstrumente große Teile dieses Engagements zu zerstören.

Strategisches Leerstandsmanagement ist lokale 'bottom-up'-Maßarbeit

Abschließend lässt sich festhalten, dass die Reduzierung von Leerständen an einem Standort sich nicht in der reinen Übertragung von andernorts erfolgreich durchgeführten Projekten erschöpfen kann. Vielmehr ist in jedem Einzelfall eine Anpassung von Projektaufbau und -durchführung sowie von Strategie und strategischen Einzelementen an die individuellen Gegebenheiten und Anforderungen des jeweiligen Standorts notwendig. Nur wenn die endogenen Potenziale des Standorts identifiziert und genutzt werden, kann mittelfristig eine erfolgreiche Neuausrichtung einer Immobilie, einer innerstädtischen Nebenlage oder eines Stadtteilzentrums im Rahmen eines Strategischen Leerstandsmanagements erreicht werden.

Kernpunkte des Umdenkens in der lokalen Praxis, die eine Voraussetzung für mehr Handlungsfähigkeit darstellen, sind vor allem

- die Bereitschaft, einen Standort nicht einfach wieder mit alten Nutzungen füllen zu wollen, sondern ihn für die Zukunft gänzlich neu zu denken und mit tragfähigen neuen Rollen und Funktionen im Stadtgefüge zu versehen und
- anzuerkennen, dass Strategisches Leerstandsmanagement ein umfassender und mehrjähriger Prozess mit elementar wichtigen Elementen von breit angelegter Kooperation, kreativer Kommunikation und intelligentem Prozessmanagement ist.

Viel Raum für erfolgreiche lokale Experimente und innovative Lösungen

Darüber hinaus hat die Erarbeitung dieses Good-Practice-Readers gezeigt, dass viele innovative und erfolgversprechende Ansätze zur Leerstandsaktivierung bisher kaum erprobt wurden. Die Bildung von Leerstandspools mit nutzungsabhängigen Mieten zur Entwicklung eines attraktiven Branchenmixes sowie die Zusammenlegung von leerstehenden Ladenlokalen in historischen Innenstädten zur Schaffung größerer Ladenflächen sind beispielsweise zwei Ansätze des Leerstandsmanagements, die im Rahmen zukünftiger Projekte intensiver erprobt und langfristig weiterentwickelt werden könnten.

Annex

[Leerstands-Erfassungsbogen](#)

[Einverständniserklärung Erfassung](#)

[Quellennachweis und weiterführende Literatur](#)


[Links und weiterführende Informationen zu den Beispielen](#)

[Bildnachweis](#)

[Impressum](#)

[Leerstands-Erfassungsbogen]

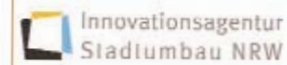
Leerstandsmanagement Musterstadt - Erfassungsbogen Nr. 1


 Innovationsagentur
Stadtbau NRW

Objektdaten	Objektansichten					
<p>1 Lage des Objektes</p> <p>Straße, Nr:</p> <p>PLZ, Ort:</p> <p>Flur:</p> <p>Flurstück:</p> <p>Flurstücksgröße in qm:</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 100px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 100px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 100px; width: 100%;"></div>					
<p>2 Anschrift / Eigentümer / Ansprechpartner</p> <p>Eigentümer:</p> <p>Ansprechpartner:</p> <p>Straße, Nr:</p> <p>PLZ, Ort:</p> <p>Tel.:</p> <p>eMail: -</p>						
<p>3 Angaben zum Objekt</p> <p>Nutzfläche in qm:</p> <p>davon Verkaufsfläche in qm:</p> <p style="padding-left: 20px;">Nebenfläche in qm:</p> <p style="padding-left: 20px;">Lagerfläche in qm:</p> <p style="padding-left: 20px;">Sozialraumfläche in qm:</p> <p>Frontlänge in m:</p> <p>Schaufensterfront in m:</p> <p>Zuschnitt/ Wände und Säulen:</p> <p>Barrierefreiheit:</p> <p>Verfügbarkeit [Datum]:</p> <p>Letzte Nutzung [Branche]:</p> <p>Art des Gebäudes</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Ladenlokal</td> <td><input type="checkbox"/> Industrie</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Büro</td> <td><input type="checkbox"/> Halle</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Gastronomie</td> <td><input type="checkbox"/> Werkstatt</td> </tr> </table>		<input type="checkbox"/> Ladenlokal	<input type="checkbox"/> Industrie	<input type="checkbox"/> Büro	<input type="checkbox"/> Halle	<input type="checkbox"/> Gastronomie
<input type="checkbox"/> Ladenlokal	<input type="checkbox"/> Industrie					
<input type="checkbox"/> Büro	<input type="checkbox"/> Halle					
<input type="checkbox"/> Gastronomie	<input type="checkbox"/> Werkstatt					

①

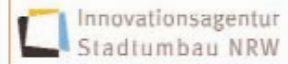
Leerstandsmanagement Musterstadt - Erfassungsbogen Nr. 1



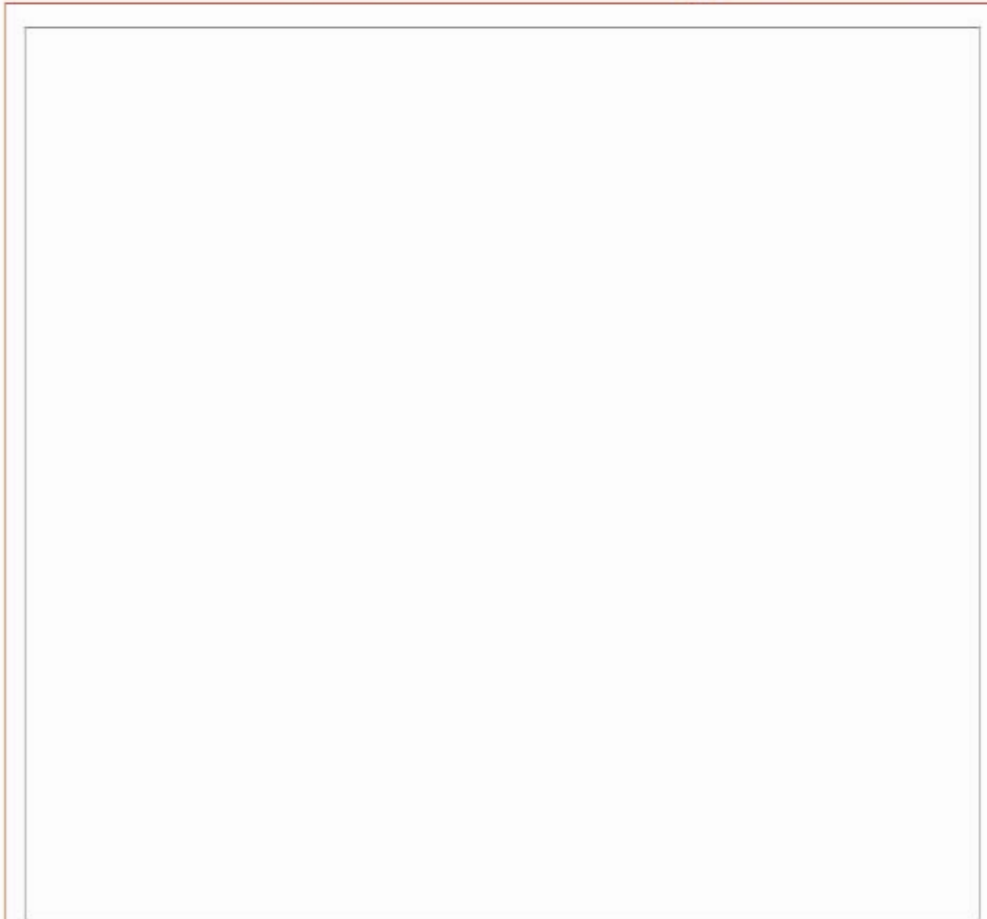
4 Ausstattung des Objektes		Detaillansichten
<input type="checkbox"/> Küche <input type="checkbox"/> Badezimmer <input type="checkbox"/> Abstellräume/Keller <input type="checkbox"/> Solar/Photovoltaik	<input type="checkbox"/> Toilette <input type="checkbox"/> Parkell <input type="checkbox"/> Fliesen	
Art des Heizsystems: Anzahl eigener Parkplätze: Entfernung zur Innenstadt: Sonstiges:		
5 Alter und Zustand des Objektes		
Baujahr: Letzte Renovierung: Renovierungsbedarf:		
6 Angaben zum Preis		
Mietpreis in EUR [netto, kalt]: Mietnebenkosten in EUR: oder Verkaufspreis in EUR: Kauton: Provision:		
7 Lage		
<input type="checkbox"/> Hauptstraße <input type="checkbox"/> Seitenstraße <input type="checkbox"/> Innenhof <input type="checkbox"/> Sonstige:	<input type="checkbox"/> Gewerbegebiet <input type="checkbox"/> Industriegebiet <input type="checkbox"/> Außenbereich	
8 Fazit / Sonstige Angaben		

②

Leerstandsmanagement Musterstadt - Erfassungsbogen Nr. 1



Lageplan

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for drawing or pasting a site plan (Lageplan).

Anmerkungen / Notizen:

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for writing notes or observations (Anmerkungen / Notizen).

Stand:

Bearbeiter:

③

[Einverständniserklärung Erfassung]

Leerstandsmanagement
Einverständniserklärung

 Innovationsagentur
Stadtumbau NRW



Stadt Steinheim
Leerstandsmanagement
Marktstr. 2

32839 Steinheim

Name	
Straße / Nr.	
PLZ, Ort	

Einverständniserklärung

Aufnahme in die Datenbank des Leerstandsmanagements

Ziel des Leerstandsmanagements der Stadt Steinheim ist es, interessierte Nutzer für leer stehende Ladenlokale zu finden. Zu diesem Zweck ist es wichtig die erforderlichen Daten im Erfassungsbogen vollständig und korrekt anzugeben. Selbstverständlich sind alle Angaben freiwillig und können jederzeit beim Leerstandsmanagement der Stadt Steinheim widerrufen werden.

Mit Ihrer Unterschrift geben Sie Ihr Einverständnis, dass im Rahmen des Leerstandsmanagements der Stadt Steinheim Ihre Angaben in einer Datenbank gespeichert werden. Diese Datenbank ist die Grundlage für die Arbeit des Leerstandsmanagements, auf die nur die Stadt Steinheim und die im Rahmen des Leerstandsmanagements beauftragten Mitarbeiter zugriff haben. Eine Weitergabe Ihrer Daten erfolgt nur an Miet- bzw. Kaufinteressenten. Auf Ihren Wunsch hin werden Ihre Angaben unverzüglich geändert oder gelöscht.

Ort, Datum

Unterschrift

Veröffentlichung im Internet

Um die bestmögliche Vermarktung zu gewährleisten, beabsichtigt das Leerstandsmanagement der Stadt Steinheim die Objektbeschreibungen in Immobilienportalen im Internet [z. B. www.immobilienscout24.de] zu veröffentlichen. Damit werden die Objektbeschreibungen für jeden zugänglich.

Mit der Veröffentlichung der im Erfassungsbogen gemachten Angaben bin ich [sind wir] einverstanden.

Ort, Datum

Unterschrift

[Quellenverzeichnis und weiterführende Literatur]

BBR (Hg.): Lebenswerte Innenstädte – Initiativen, die bewegen! Gute Beispiele für Projekte und Initiativen der Innenstadtentwicklung, Bonn 2007

BBR (Hg.): Zwischennutzungen und Nischen im Städtebau als Beitrag für eine nachhaltige Stadtentwicklung, Bonn 2008

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) (Hg.): Möglichkeiten der Behebung und Verwertung von innerstädtischen Leerständen im Handel in Deutschland, Berlin 2004

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) (Hg.): Funktion und Entwicklung von innerstädtischen Frequenzbringern, Berlin 2006

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) (Hg.): Geografische Standortinformationssysteme in der Innenstadtentwicklung, Berlin 2008

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) (Hg.): Nutzung gewerblicher Leerstände, Berlin 2008

Land Brandenburg (Hg.): Landeswettbewerb 2006. Wohnen - Leben - Arbeiten in der Stadt. Dokumentation des Wettbewerbes, 2006

Jürgens, Ulrich: Einzelhandel in den Neuen Bundesländern – die Konkurrenzsituation zwischen Innenstadt und "Grüner Wiese". in: Kieler Geographische Schriften, Band 98, Kiel 1998; zitiert nach: Görtzen, Claudia: Stadtteilbezogene Strukturen des Einzelhandels in Herzogenrath und Möglichkeiten struktureller Verbesserungen, Aachen 2003

[Links und weiterführende Literatur zu den Beispielen]

[Gelsenkirchen City]

<http://www.werkstatt-stadt.de/de/projekte/204/>

[Innenstadtoffensive Neustadt an der Weinstraße]

<http://www.nationale-stadtentwicklungspolitik.de/Content/Projekte/neustadt.html>

http://www.neustadt.eu/media/custom/1441_4804_1.PDF

[ISG Graf-Adolf-Straße]

<http://www.graf-adolf-strasse.de/>

[ISG Hauptstraße Winterberg]

http://www.qin-niedersachsen.de/uploads/media/09_01_22_QiN_Impulsreferat_Michael_Beckmann.pdf

[Zwischennutzungsagentur Wuppertal]

<http://www.zwischennutzungsagentur-wuppertal.de/>

http://www.zwischennutzungsagentur-wuppertal.de/file_download/8/JAHRESBERICHT

[Zwischennutzungsagentur Berlin]

http://reuter.quartier-beleben.de/front_content.php

<http://www.reuter-quartier.de/Unser-Quartier.154.0.html>

<http://www.qm-flughafenstrasse.de/index.php?id=1289>

http://richard.quartier-beleben.de/front_content.php

BBR (Hg.): Zwischennutzungen und Nischen im Städtebau als Beitrag für eine nachhaltige Stadtentwicklung, Bonn 2008

[Leben findet Innen Statt]

Land Brandenburg (Hg.): Landeswettbewerb 2006. Wohnen - Leben - Arbeiten in der Stadt. Dokumentation des Wettbewerbes, 2006



[Guck a Mol]

<http://www.seehas-magazin.de/business.html>

<http://www.radolfzell.de/bausteine.net/file/showfile.aspx?downdaid=8343&sp=D&domid=666&fd=2>

[Wir füllen Leerstände]

http://www.luechow-dannenberg.de/Portaldata/2/Resources/kld_dateien/sg_elbtalae/dokumente/stadtmarketing/City-Offensive_2009_Praesentation_Internet.pdf

BBR (Hg.): Lebenswerte Innenstädte – Initiativen, die bewegen! Gute Beispiele für Projekte und Initiativen der Innenstadtentwicklung, Bonn 2007

[Runter vom Sofa - mach deinen Laden]

<http://www.foerderkreis-dillenburg.de/leerstandsmanagement.html>

Innovationsagentur Stadtumbau NRW (Hg.): Leerstandsmanagement. Konzeptpapier zur Durchführung eines Leerstandsmanagements in Steinheim, Düsseldorf 2009

[Innenstadtkarrees]

http://www.modellprogramm-wohnen.de/fileadmin/dateien/veranstaltungen/modellprogramm/PraesentationNiessen080121_BFSFJ.ppt.pdf

BBR (Hg.): Lebenswerte Innenstädte – Initiativen, die bewegen! Gute Beispiele für Projekte und Initiativen der Innenstadtentwicklung, Bonn 2007

[Bücherdorf]

<http://www.anhalt-bitterfeld.de/?id=110003000336&cid=110003002362>

http://www.smul.sachsen.de/laendlicher_raum/download/Artikel_The_mendoerfer_Text.pdf

[Projektbüro Unternehmergeist]

http://www.stmwivt.bayern.de/pdf/wirtschaft/Broschuere_Standortbelegung.pdf

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) (Hg.): Nutzung gewerblicher Leerstände, Berlin 2008

[GIS-basiertes Flächeninformationssystem]

<http://www.irbnet.de/daten/rswb/08069003138.pdf>

<http://tp-web.terragis.de/eis-forchheim/>

[Das Pixelhotel]

<http://www.pixelhotel.at/>

<http://www.linz09.at/de/projekt-2338136/pixelhotel.html>

[Der Laden]

<http://www.derladen-stuttgart.de>

<http://www.innen-bw.de/index.php?option=content&task=view&id=146>

[Moki Azubi-Shop]

BBR (Hg.): Zwischennutzungen und Nischen im Städtebau als Beitrag für eine nachhaltige Stadtentwicklung, Bonn 2008

http://www.wdr.de/themen/wirtschaft/jobs_und_mehr/ausbildung/060905.jhtml

[Leerstand überbrücken]

<http://www.innen-bw.de/index.php?option=content&task=view&id=171>

<http://www.kaufhausaufzeit.de>

<http://www.aaleninfo.de/nov09/15/mittendrin.htm>

[Cafe Moskau]

http://www.berlin.de/orte/club/club_moskau/

http://www.rbb-online.de/abendschau/unterteaser/cafe_moskau.html

<http://www.faltplatte.de/t3/index.php?id=93>

[Residenzpost]

BBR (Hg.): Zwischennutzungen und Nischen im Städtebau als Beitrag für eine nachhaltige Stadtentwicklung, Bonn 2008

[Rückbau von Schlüsselimmobilien]

http://www.stadtumbau-west.org/pilotstaedte/druck/druck_voelklingen_2008.htm

<http://www.sev-vk.de/entwicklungsstrategie.php>

<http://www.werkstatt-stadt.de/de/projekte/200>

http://www.saarbruecker-zeitung.de/storage/pic/solpics/sol-sl-vk/szi-sl-vk/1404339_3_vk-rathausstrasse.jpg

[Kunstschaufenster]

<http://www.innen-bw.de/index.php?option=content&task=view&id=164>

<http://www.eberbacher-kunstschaufenster.de/>

[Forum Troisdorf]

http://www.dssw.de/fileadmin/repository_redakteure/downloads/DSSW-Materialien/2006/2006-frequenzbringer.pdf?PHPSESSID=3152d9f19225ec69c7e19e48bc9424a4

[Bibliothek im Bahnhof]

Land Brandenburg (Hg.): Landeswettbewerb 2006. Wohnen - Leben - Arbeiten in der Stadt. Dokumentation des Wettbewerbes, 2006

<http://edoc.hu-berlin.de/miscellanies/bibliotheksbau-30189/114/PDF/114.pdf>

[Altes TextilKaufhaus]

<http://www.altestextilkaufhaus.de>

[Umnutzung eines Geschäftshauses]

<http://www.mbv.nrw.de/Wohnen/container/ppt-Duesseldorf-Linienstrasse.pdf>

http://www.nordrheinwestfalendirekt.de/broschuerenservice/download/2953/umnutzung_von_alten_gebuden.pdf

[Stilmix]

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) (Hg.):
Nutzung gewerblicher Leerstände, Berlin 2008

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) (Hg.):
Möglichkeiten der Behebung und Verwertung von innerstädtischen
Leerständen im Handel in Deutschland, Berlin 2004

[Das Unperfekthaus]

<http://www.unperfekthaus.de>

[Cafebar im Brückenhäuschen]

Land Brandenburg (Hg.): Landeswettbewerb 2006. Wohnen - Leben
- Arbeiten in der Stadt. Dokumentation des Wettbewerbes, 2006

<http://www.cafebar-kanu.de>

[Bildnachweis]

Seite 40 & 41:

<http://www.werkstatt-stadt.de/de/projekte/204/>

Seite 42 & 43:

<http://www.nationale-stadtentwicklungspolitik.de/Content/Projekte/neustadt.html>

Seite 44 & 45:

<http://www.graf-adolff-strasse.de/>

Seite 46 & 47:

http://www.qin-niedersachsen.de/uploads/media/09_01_22_QiN_Impulsreferat_Michael_Beckmann.pdf

Seite 48 & 49:

<http://www.zwischennutzungsagentur-wuppertal.de/>

<http://www.wuppertal.de/wirtschaft-stadtentwicklung/stadtteilprojekte/stadtumbauwest-unterbarmen/index.php?p=3,9,7>

<http://www.wuppertal.de/wirtschaft-stadtentwicklung/stadtteilprojekte/soziale-stadt-oberbarmen/index.php?p=3,9,5>

Seite 50 & 51:

<http://www.reuter-quartier.de>

<http://reuter.quartier-beleben.de>

Seite 52 & 53:

www.beskow.de

www.albatros-outdoor.de

Seite 54 & 55:

<http://www.radolfzell.de/12717/Wirtschaft/Wirtschaftsfoerderung/index.aspx>

<http://www.seehas-magazin.de/business.html>

Seite 56 & 57:

http://www.luechow-dannenberg.de/Portaldata/2/Resources/kld_dateien/sg_elbtalaue/dokumente/stadtmarketing/City-Offensive_2009_Praesentation_Internet.pdf

http://www.luechow-dannenberg.de/Portaldata/2/Resources/kld_dateien/sg_elbtalaue/dokumente/stadtmarketing/City-Offensive_2009_Praesentation_Internet.pdf

Seite 58 & 59:

<http://www.foerderkreis-dillenburg.de/leerstandsmanagement.html>

<http://www.bartmannshaus.de/html/dillenburg.php?PHPSESSID=3b3b53677c2508d6d6001ecd77f7975e>

Seite 60 & 61:

http://www.modellprogramm-wohnen.de/fileadmin/dateien/veranstaltungen/modellprogramm/PraesentationNiessen080121_BFSFJ.ppt.pdf
Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung
Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung

Seite 62 & 63:

<http://www.anhalt-bitterfeld.de/?id=110003000336&cid=110003002362>
http://www.goitzsche-events.de/wp-content/uploads/2009/09/img_6145.jpg

Seite 64 & 65:

<http://www.bayerischer-wald-ferien.de/assets/images/roding-bayerwald-regental-ansicht-regen-kirche-panorama.jpg>
http://www.roding.de/cyras2/media/images/wirtschaft/c24_Logo%20chauf%20Roding.jpg
http://www.roding.de/cyras2/public_main_modul.php?page_id=137&document_id=229

Seite 66 & 67:

<http://tp-web.terragis.de/eis-forchheim/>
<http://www.forchheim.de/>

Seite: 68 & 69:

www.linz09.at
www.pixelhotel.at

Seite 70 & 71:

<http://innen-bw.de/index.php?option=content&task=view&id=146>
www.derladen-stuttgart.de

Seite 72 & 73:

http://www.wdr.de/themen/wirtschaft/jobs_und_mehr/ausbildung/060905.jhtml
Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung
Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung

Seite 74 & 75:

<http://innen-bw.de/index.php?option=content&task=view&id=171>

Seite 76 & 77:

http://www.berlin.de/orte/club/club_moskau/
<http://berlin.metblogs.com/archives/images/2006/11/holy.shit.shopping.jpg>
<http://www.sei.berlin.de/live-dabei/berlin-auf-tour/berlin/ewerk-moskau/>

Seite 78 & 79:

http://www.stadt-muenchen.net/bilder/d_bilder.php?id=2144

<http://www.8-seasons.com/history.php>

http://germanblogs.de/pub/germanblogs/muenchen/IMG_2118.JPG

Seite 80 & 81:

http://www.stadtumbauwest.de/konzept/FF_Essen_Lorig.pdf

http://www.saarbruecker-zeitung.de/storage/pic/solpics/sol-sl-vk/szi-sl-vk/1404339_3_vk-rathausstrasse.jpg

Seite 82 & 83:

<http://www.hsg-eberbach.de/reports/Kunstschaufenster/kunstschaufenster.html>

<http://www.eberbacher-kunstschaufenster.de/ksf.php>

Seite 84 & 85:

http://www.vhs-troisdorf.de/index.php?action=vhs_show

<http://web.troisdorf.de/bibliothek/kontakt.asp?menue=1>

Seite 86 & 87:

www.bibliothek.luckenwalde.de

Seite 88 & 89:

<http://www.altestextilkaufhaus.de/index.php>

http://www.altestextilkaufhaus.de/rent_a_regal.php

<http://www.natur-land.de/backstage/unsere-laeden.php>

Seite 90 & 91:

<http://www.mbv.nrw.de/Wohnen/container/ppt-Duesseldorf-Linienstrasse.pdf>

Seite 92 & 93:

http://www.historische-ortskerne-nrw.de/_de/_hueckeswagen.html

<http://www.hueckeswagen.de/article25346-9127.html>

Seite 94 & 95:

<http://www.unperfekthaus.de/>

http://www.essen.de/Module/Hotel/h_detail.asp?HID=151&content=pic1

Seite 96 & 97:

<http://www.cafebar-kanu.de/>

Copyright für alle sonstigen Photos:

Innovationsagentur Stadtumbau NRW, Düsseldorf

Das Gemeinschaftsprojekt
| 'Innovationsagentur Stadtumbau NRW' |
wird unterstützt und finanziert
durch die Städte:

Arnsberg
Bielefeld
Bochum
Duisburg
Dortmund
Gelsenkirchen
Gladbeck
Hagen
Hamm
Heiligenhaus
Herdecke
Herne
Iserlohn
Kamp-Lintfort
Kreuztal
Leverkusen
Lünen
Remscheid
Siegen
Steinheim
Velbert
Werdohl
Wuppertal



Impressum

Strategisches Leerstandsmanagement

Erfolgreiche Strategien und Projekte
zur Reaktivierung von gewerblichen Leerständen
und zur nachhaltigen Standortentwicklung

Good Practice Reader No. 4

Bearbeitung:

Dipl.-Ing. David R. Froessler

Dipl.-Ing. Torsten Wiemken

M. Sc. Geogr. Hendrik Jänsch



Innovationsagentur Stadtumbau NRW
Talstraße 22-24
D - 40217 Düsseldorf

Fon: 0211 - 5 444 866

Fax: 0211 5 444 865

eMail: info@StadtumbauNRW.de

Web: www.StadtumbauNRW.de

Düsseldorf | November 2009