

Datum: 11.10.2018

Informationsvorlage

Geschäftsbereich Oberbürgermeister
Wirtschaftsförderer

Beratungsfolge Ausschuss - Stadtrat	Termin	Tagesordnungsart	TOP
Bürgermeisterberatung	24.09.2018	nicht öffentlich	
Wirtschaftsförderungsausschuss	22.10.2018	öffentlich	

Inhalt Einzelhandel in der Einkaufsinnenstadt 2018 – Leerstandsbericht und Entwicklungen

Grundlage: Einzelhandelskonzept der Stadt Plauen 2007
Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Plauen 2016

Beraten und abgestimmt: GB II

Beschlüsse die aufzuheben bzw. zu ändern sind:

Verantwortlich für Durchführung: GB OB, Wirtschaftsförderung

Information:

Der Wirtschaftsförderungsausschuss nimmt die Information zum Einzelhandel in der Einkaufsinnenstadt 2018 - Leerstandsbericht und Entwicklungen - zur Kenntnis.

Sachverhalt/ Begründung:

Ausgangspunkt:

Im Interesse des Monitorings zur Entwicklung des Einzelhandels in der Plauer Einkaufsinnenstadt wird den Fachausschüssen seit 2014 kontinuierlich im IV. Quartal ein Bericht zur Leerstandsentwicklung vorgelegt. Die nachfolgenden Ausführungen beschreiben die aktuelle Leerstandsituation 2018, die Veränderungen gegenüber 2016 und die seitens der Wirtschaftsförderung in diesem Zusammenhang realisierten bzw. laufenden Aktivitäten.

1. Entwicklung der Leerstände nach Standortbereichen, Betrieben und Flächen

	2007 GMA	2013 S + H			
Plauen gesamt					
EH-Betriebe	751	644			
EH-Verkaufsfläche in m ²	198.110	190.900			
Leerstände	259	226			
Einkaufsinnenstadt	EKI bis Krausenstraße		2016 Erweiterung EKI bis Albertplatz		
EH-Betriebe	204	183	199		
EH-Verkaufsfläche in m ²	33.760	33.330	34.900		

	2013 S + H EKI bis Krausen- straße	2014 Eigene Erfassung EKI bis Krausen- straße	2016 Eigene Erfassung EKI bis Krausen- straße	2016 Eigene Erfassung EKI bis Albertplatz	2018 Eigene Erfassung EKI bis Albertplatz
Leerstände Einkaufsinnenstadt ges.					
EH-Betriebe	27	17	21	22	27
EH-Verkaufsfläche in m ²	ca. 3.000	ca. 2.200	ca. 3.500	ca. 3.550	ca. 4.000
dav. Leerstände Bahnhofstraße					
EH-Betriebe	5	5	12	13	14
EH-Verkaufsfläche in m ²	ca. 1.000	ca. 1.100	ca. 2.500	ca. 2.550	ca. 2.900
dav. Leerstände Postplatz/ Melanchthonstraße					
EH-Betriebe	1	1	1	1	2
EH-Verkaufsfläche in m ²	ca. 100	ca. 100	ca. 500	ca. 500	ca. 600
dav. Leerstände Altstadt					
EH-Betriebe	21	11	8	8	11
EH-Verkaufsfläche in m ²	ca. 1.900	ca. 1.000	ca. 500	ca. 500	ca. 700

Bahnhofstraße:

Zwischen Jöbnitzer Straße und Albertplatz:

Die Geschäftseinheiten um die Straßenbahnhaltestelle Albertplatz sind voll vermietet. Kleinteiliger Einzelhandel und Dienstleistungsangebote prägen den Standort.

Zwischen Stresemannstraße und Jöbninger Straße:

Die Ladenfläche im Objekt Bahnhofstraße 41- lange Zeit für das Angebot von Textilien und Geschenken genutzt- und die größere Fläche in der Bahnhofstraße 36 stehen für eine Anmietung zur Verfügung. Die Nachvermietung der „kleinen Finessen“, Bahnhofstraße 26, obliegt der bisherigen Betreiberin.

Zwischen Postplatz und Stresemannstraße:

Im Objekt Bahnhofstraße 20 präsentiert sich in einer der beiden im Erdgeschoss zur Verfügung stehenden Flächen seit einigen Monaten allOptik. Auch die, derzeit noch leerstehenden Flächen in den Objekten Bahnhofstraße 20 und 22 sind vermietet. Für beide Flächen ist jeweils das Betreiben eines Imbisses vorgesehen. Für die Bahnhofstraße 22 ist die Nutzungsänderung bauordnungsrechtlich genehmigt, für die Bahnhofstraße 20 (ehem. Börner) bedarf die Nutzungsänderung keiner Genehmigung. Die leerstehende Gewerbefläche Bahnhofstraße 18 wurde verkauft. Für die Fläche des ehem. Geschäftes von Foto Axtmann in der Bahnhofstraße 27 wurde ein Mietvertrag unterzeichnet, die Geschäftseröffnung ist für November vorgesehen.

An den bisherigen Standort von allOptik im Wilkehaus hat das Reisebüro Selta Med seinen Sitz verlagert. Eine weitere Veränderung an diesem Standort ist die Erweiterung des Geschäftes Hochzeitsträume auf der Fläche der bisherigen Neuen Kaffeerösterei, die an die Neundorfer Straße umgezogen ist.

Die Zunahme der Leerstände in diesem Abschnitt der Bahnhofstraße ist wesentlich geprägt von der Entwicklung im EKZ Die Kolonnaden.

Postplatz/Melanchthonstraße:

Im Bereich des Postplatzes sind keine Leerstände sichtbar. Im 3. OG des Modehauses Wöhrle stehen ca. 500 m² für eine Anmietung zur Verfügung. In der Melanchthonstraße hat sich der Personaldienstleister aus dem Objekt Melanchthonstraße 2 zurückgezogen, sodass diese Fläche derzeit leer steht.

Altstadt:

Der Altmarkt weist aktuell einen lückenlosen Geschäftsbesatz auf: Am Altmarkt 9 ist ein Immobilienbüro eingezogen, am Altmarkt 11 ein E-Zigaretten-Geschäft. Der durch die Geschäftsaufgabe des Töpfermarktes am Altmarkt 13a kurzzeitig entstandene Leerstand wurde durch die Geschäftsverlagerung des Dessous-Geschäftes von der Rädelsstraße an den Altmarkt wiederbelegt.

Neue Leerstände sind am Oberen Steinweg 5 (ehem. Computer), der Neundorfer Straße 6 (ehem. Buchhandlung Klüger) und in der Oheimpassage (Umzug des Friseurgeschäftes) entstanden.

Nach dem Rückzug der Plaback vom langjährigen-Basko-Standort in der Herrenstraße 14 verlagerte das Reisebüro Sonnenklar seinen Standort dorthin, sodass in der Herrenstraße 16 aktuell ein Flächenleerstand entstanden ist.

Für den derzeitigen Leerstand des ehemaligen „Juwelier Härtig“- Geschäftes in der Marktstraße 4 ist die Vermietung nach Abschluss der Baumaßnahme im Rathaus bereits geklärt.

Für die Fläche Rathausstraße 5 (ehem. Gondrom bzw. Matrix) laufen seitens des Eigentümers Mietverhandlungen.

Für die beiden seit längerem leerstehenden Flächen in der Oheim-Passage wurde im Berichtszeitraum kein neuer Mieter gefunden. Die Flächen an den Standorten Altmarkt 13 (Bänkegässchen), Kirchstraße 3 und Klostermarkt 8 sind aufgrund des baulichen Zustandes der Immobilien nicht vermietbar.

Einkaufsstadt insgesamt:

Die Leerstandsquote in der Plauener Einkaufsstadt liegt nach Erfassung der aktuell sichtbaren Leerstände gegenwärtig bei ca. 12 % der verfügbaren Verkaufsfläche und ca. 13 % der EH-Betriebe. 2016 lag die Leerstandsquote bei ca. 10 % der verfügbaren Verkaufsfläche und Einzelhandelsbetriebe. (Quelle: Bestandserfassung Einzelhandel des Büros Stadt + Handel 2013 + eigene Fortschreibung).

2. Verfügbare Leerstandsflächen und Flächenpotentiale

2.1 aktuelle Leerstandsflächen:

Leerstände	< 100 m² Vkfl.			100 - 300 m² Vkfl.			> 500 m² Vkfl.			gesamt		
	2014	2016	2018	2014	2016	2018	2014	2016	2018	2014	2016	2018
Einkaufsinnenstadt ges.	10	13	16	6	7	9	1	2	2	17	22	27
dav. Bahnhofstraße	1	6	5	3	6	8	1	1	1	5	13	14
dav. Postplatz/Melanchthonstraße	-	-	1	1	-	-	-	1	1	1	1	2
dav. Altstadt	9	7	10	2	1	1	-	-	-	11	8	11

2.2. verfügbare Leerstandsflächen:

Von den insgesamt 27 derzeit sichtbaren Leerstandsflächen sind 6 Flächen (dav. 5 in der Bahnhofstraße) bereits vermietet bzw. verkauft, 3 Flächen in der Altstadt aufgrund ihres baulichen Zustandes nach wie vor nicht vermietbar: Altmarkt 13, Kirchstraße 3, Klostermarkt 8.

Leerstände	< 100 m² Vkfl.		100 - 300 m² Vkfl.		> 500 m² Vkfl.		gesamt	
	sichtbar	verfügbar	sichtbar	verfügbar	sichtbar	verfügbar	sichtbar	verfügbar
Einkaufsinnenstadt ges.	16	8	9	8	2	2	27	18
dav. Bahnhofstraße	5	1	8	7	1	1	14	9
dav. Postplatz/Melanchthonstraße	1	1	-	-	1	1	2	2
dav. Altstadt	10	6	1	1	-	-	11	7

Somit stehen folgende verbleibende Flächen für eine kurzfristige Anmietung zur Verfügung:

- 8 Objekte mit weniger als 100 m² Verkaufsfläche
- 8 Objekte mit 100-300 m² Verkaufsfläche
- 2 Objekte mit mehr als 500 m² Verkaufsfläche

Dabei wurden die im EKZ "Die Kolonnaden" zur Verfügung stehenden Flächen nach ihrem bisherigen Flächenzuschnitt zugeordnet. Je nach Bedarf können hier Flächengrößen angepasst werden.

Bei Berücksichtigung der bereits vermieteten bzw. verkauften Flächen liegt die Leerstandsquote bei ca. 9 Prozent der Betriebe und 10 Prozent der verfügbaren Verkaufsfläche.

2.3. Potentialflächen:

Zusätzlich zu diesem Flächenangebot von insgesamt ca. 4.000 m² Verkaufsfläche stehen bei entsprechender Nachfrage weitere in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2016 untersuchte Potentialflächen in der Einkaufsinnenstadt mittelfristig zur Verfügung (z. B. Potentialfläche Alte Post, Lückenschließungen in der Einkaufsinnenstadt)

3. Situationsanalyse:

3.1. Standortbezogen:

Die Plauener Altstadt bietet insgesamt ein attraktives städtebauliches Erscheinungsbild mit einer Vielfalt an kleinteiligem Einzelhandel, Dienstleistern und Gastronomen. Dank der Ansiedlung von zielkundenorientierten Einzelhändlern (HighEnd Smoke, Dessous) und Dienstleistern (Immobilienbüro, Fußpflege, Personal-dienstleister) sind im Bereich des Altmarktes und Klostermarktes alle nutzbaren Flächen vermietet. Defizite weist hier der Bereich der Oheimpassage auf.

Der Geschäftsbesatz im Bereich des Postplatzes ist hinsichtlich der Quantität, der Vielfalt des Angebotes (Sortimentsstruktur) und der Anbieterstruktur (Filialisten und kleinteiliger Einzelhandel) stabil geblieben. Das EKZ „Stadt-Galerie“ und namhafte Filialisten prägen den Standort, ergänzt von unternehmergeführten kleinteiligem Einzelhandel.

In der Bahnhofstraße ist die Situation differenziert einzuschätzen:

Im Bereich um den Albertplatz funktioniert ein primär auf die Versorgung der anliegenden Bevölkerung ausgerichtetes Angebot an Einzelhandel und Dienstleistern – ergänzt um zielkundenorientierte Geschäfte.

Zwischen Stresemannstraße und Jägerstraße erweist sich neben dem Kino Capitol das Quartier 30 des Wohn- und Lebensräume e.V. als Frequenzbringer. Angesiedelte EH-Geschäfte wie Ratiomat-Küchen, Klamotte und Handgemacht äußern sich positiv zum Standort. Für die Leerstandsfläche Bahnhofstraße 36 findet sich jedoch aufgrund der Standortrahmenbedingungen nach wie vor kein Mietinteressent und auch die Fläche Bahnhofstraße 41 steht seit einigen Monaten leer.

Sehr erfreulich ist, dass im Bereich der Bahnhofstraße zwischen Postplatz und Stresemannstraße die seit längerem leerstehenden Flächen in den Objekten Bahnhofstraße 18, 20 und 22 vermietet bzw. verkauft werden konnten und auch für das bisherige Geschäft von Foto-Axtmann ein Nachmieter gefunden wurde.

Wichtiger Bestandteil der Haupteinkaufslage der Einkaufsinnenstadt ist das EKZ „Die Kolonnaden“. Das Funktionieren dieses Einkaufszentrums gemeinsam mit dem EKZ „Stadt-Galerie“ ist entscheidend für die Ausstrahlungskraft des Plauener Stadtzentrums und die Kaufkraftbindung in der Stadt und im Einzugsgebiet. Die Kolonnaden wirken aber auch als unmittelbarer Magnet für die Bahnhofstraße: Besucher der Innenstadt werden mit dem Besuch der Kolonnaden auch zum Aufsuchen der anderen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote in der Bahnhofstraße motiviert. Große Erwartungen hinsichtlich der Vermietung und Belegung des Objektes werden deshalb mit der Übernahme des Centermanagements durch die Prelios Immobilien Management GmbH seit September 2018 verbunden. Die Wirtschaftsförderung ist im engen Kontakt, um bei der Standortberatung und Interessentenvermittlung zu unterstützen

3.2. Allgemein:

Der Einzelhandel wird auch in den nächsten Jahren der Hauptgrund für einen Aufenthalt in der Innenstadt sein. Digitalisierung, demografische Entwicklung, Veränderungen des Einkaufs- und Mobilitätsverhaltens der Kunden und der zunehmende Online-Handel wirken jedoch unmittelbar auf den stationären Einzelhandel: Der Online-Handel erreicht die größten Marktanteile in den innenstadtrelevanten Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Sport und Unterhaltungselektronik. Der Bekleidungseinzelhandel kämpft zusätzlich mit brancheneigenen Problemen und zieht sich vor allem in kleineren Städten aus der Fläche zurück.

Diese allgemeinen Entwicklungen machen vor Plauen nicht Halt:

- Mit dem Rückgang der Bevölkerung im Einzugsgebiet geht auch das dem Plauener Einzelhandel zur Verfügung stehende Kaufkraftvolumen zurück
- Die Kunden fahren weiter zum Einkaufen: Kunden des Plauener Einzelhandels geben im Rahmen der Passantenbefragung 2018 an, auch in Dresden und Leipzig einzukaufen (früher: Hof und Zwickau)
- Mehr als ein Viertel aller Befragten gab an, häufig im Internet einzukaufen, ein weiteres Viertel hin und wieder
- Ein Viertel der 2018 in der Innenstadt Befragten gab an, aufgrund der Online Einkäufe weniger die Innenstadt zu besuchen.

Die Einzelhandelsnachvermietung entstehender Flächenleerstände im Stadtzentrum gestaltet sich schwierig und langwierig. Einzelhandelsunternehmen treffen ihre Standortentscheidung nach Analyse der wirtschaftlichen Kenndaten des Makro- und Mikrostandortes wie Bevölkerungsentwicklung und –struktur im Einzugsgebiet, Kaufkraft- und Umsatzkennziffern, Erreichbarkeit, Frequentierung und Wettbewerbssituation vor Ort. Die hohe Verkaufsflächenausstattung der Stadt in Verbindung mit dem umfangreichen Angebot innenstadtrelevanter Sortimente außerhalb der Einkaufsinnenstadt erschweren zusätzlich die Akquiseanstrengungen.

Die Stadt ist in dieser Situation gefordert, die überörtliche Magnetfunktion des innerstädtischen Einzelhandels und seine Leitfunktion für die Innenstadt zu sichern.

Neben dem Einzelhandel werden aber auch andere Funktionen für die Innenstadt an Bedeutung zunehmen, die den Ansprüchen der Stadtgesellschaft entsprechen:

- Ältere Menschen kaufen ein und suchen das Dienstleistungsangebot (z.B. Gesundheit/Wellness)
- Junge Familien erwarten ein umfangreiches Service-Angebot (Spielgelegenheiten, Verweilmöglichkeiten, kurze Wege)
- Jüngere suchen Freizeit- und Erlebnisangebote

Die Innenstädte werden sich in Folge dessen deutlicher zu einer Funktionsmischung von Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung, Erlebnis und Wohnen entwickeln.

Das sächsische Staatsministerium des Innern beschäftigt sich mit der Problematik und kommt dabei zu dem Ergebnis, dass es zukünftig darum gehen wird, die Innenstädte nicht nur städtebaulich-funktional, sondern auch wirtschaftlich und sozial zu stärken.

In sieben ausgewählten Städten des Erzgebirges wurde dazu 2016 ein Modellprojekt zur nachhaltigen Innenstadtbelebung initiiert. In Zusammenarbeit verschiedener Akteure und Anspruchsgruppen wurden vielfältige Ideen für die Innenstadt entwickelt und umgesetzt. Das SMI beabsichtigt, mit Hilfe der Städtebauförderung von Bund und Land, die sehr erfolgversprechenden Projektansätze auch für Städte und Gemeinden in anderen Regionen Sachsens zur Anwendung zu bringen. Wir sind sehr daran interessiert, diese neuen Ansätze zu nutzen.

4. Aktivitäten:

Ziel der Aktivitäten muss die Sicherung und Stärkung der Einkaufsinnenstadt sein.

- Für den Schutz der Einkaufsinnenstadt ist die Umsetzung der vom Stadtrat am 12.04.2016 beschlossenen Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt ausschlaggebend: Einzelhandelsansiedlungen sind ausgehend vom Zentrenkonzept unter Anwendung der Ansiedlungsleitsätze (Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes S. 149, Abbildung 63) zu steuern, innenstadtrelevante Sortimente prioritär in der Einkaufsinnenstadt zu konzentrieren. Bei Notwendigkeit ist dieses städtebauliche Entwicklungskonzept mit den Mitteln des Bauplanungsrechts umzusetzen.
- Der innerstädtische Einzelhandel braucht optimale Rahmenbedingungen für sein Fortbestehen. Der kontinuierliche Kontakt zu den Einzelhandelsunternehmen, das Wissen um deren Probleme und Befindlichkeiten bildet die Basis für lösungsorientierte Arbeit der Wirtschaftsförderung. Nur so kann die Wirtschaftsförderung frühzeitig Konflikte erkennen, die Unternehmen unterstützen und glaubwürdig die Interessen der Wirtschaft in Politik und Verwaltung vertreten sowie - wo notwendig - als Mittler zwischen den differenzierten Interessenlagen fungieren
- Neben den vielfältigen Kontakten zum unternehmergeführten Einzelhandel ist die enge Zusammenarbeit mit Immobilieneigentümern, Maklern und Centermanagements für die Wirtschaftsförderung in diesem Zusammenhang unabdingbar, um über Entwicklungen aktuell informiert zu sein und ggfs. koordinierend und unterstützend agieren zu können.
- Die Arbeit der AG Innenstadt-Handel ist in ihrer Wirksamkeit weiter zu stärken. Sehr positiv hat sich die im vergangenen Jahr im Auftrag der AG durchgeführte Befragung von mehr als 80 innerstädtischen Unternehmen auf die Arbeit der AG ausgewirkt. Dank der vielen von Herrn Mandel und Frau Schneider persönlich geführten Gespräche wurden neue Impulse für die AG-Arbeit gewonnen, neue Akteure konnten für die Mitarbeit in der AG akquiriert werden. Die Themenschwerpunkte, die sich bei der Befragung herauskristallisierten, werden im Dialog mit dem Stadtrat und der Stadtverwaltung weiterverfolgt. Ein erstes Gespräch fand dazu mit den Vertretern der Stadtratsfraktionen statt. Beide Seiten möchten diesen konstruktiven Dialog fortsetzen. Von Interesse wird die Auswertung der im April 2018 von IHK und Berufsakademie durchgeführten Passantenzählung und -befragung in der Plauener Innenstadt im Abgleich mit der Unternehmerbefragung 2017 sein.

- Neue Ideen und Herangehensweisen sind gefragt: Wie kann die Innenstadt vielfältiger „aufgestellt“ werden. Welche Angebote für die verschiedenen Nutzergruppen sollten auf welche Art vorgehalten werden? Wie kann die Innenstadt noch kontinuierlicher zum Erlebnisort werden? Ein neuer breiter ergebnisorientierter Dialog der verschiedenen Anspruchsgruppen ist dazu zu führen. Dabei ist der Kontakt zu den verantwortlichen Mitarbeitern im SMI zu nutzen, um auf die Erfahrungen des o.g. Pilotprojektes und ggfs. finanzielle Unterstützung des Landes zurückgreifen zu können.
- Die Innenstadt muss digital werden. Öffentliches WLAN im Stadtzentrum und digitale Präsenz des Standortes stehen im Fokus. In Auswertung der der 2017 durchgeführten Unternehmerbefragung wurde im DV Stadtmarketing eine Arbeitsgruppe unter Mitarbeit von Vertretern der AG Innenstadt-Handel und der Stadtverwaltung gebildet, die sich mit der Thematik befasst.

Die Innenstadt mit Einzelhandel und anderen Angeboten lebendig zu gestalten, „Lust auf Innenstadt“ (so der Titel des o.g. Pilotprojektes) zu machen, ist prioritäre Aufgabe für die Stadt.

„Innenstadtbelebung ist Mannschaftssport für Unternehmer, Verwaltung, Politik und aktive Bürgergruppen.“
(Dr. Hardo Kentschek, Projektcoach des Projektes des SMI)

Anmerkung: Die Ergebnisse der Passantenbefragung werden von Frau Regina Windisch, Referatsleiterin Handel/Dienstleistungen der IHK Regionalkammer Plauen vorgestellt und erläutert.

Ralf Oberdorfer

Unterschrift liegt im Original vor