Citymanagement
Neumünster

Handlungskonzept zum aktiven Leerstandsmanagement

Stand: 18.05.2015

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis ……..……I

1. Einleitung 3
2. Ansprechpartner im Bereich der Ansiedlungspolitik 3
3. Aufbau Datenbank leerstehende Gewerbeobjekte 4
4. Standortanalyse 4
5. Leerstandspräsentation 5
6. Aufbau Netzwerk 5
7. Optimierung Schaufenstergestaltung 5
8. Kurzfristige Nutzungskonzepte für urbane Vielfalt 6
9. Werbemedium Unternehmensansiedlung 6
10. Informationspapier Immobilienmanagement 7
11. Weitere mögliche Handlungsfelder im ungünstigsten Fall 7
12. Fazit 8

1. Einleitung

Die Aufgaben und Instrumente des Leerstandsmanagements (Flächenmanagement) sind vielseitig und sollen im Rahmen dieses Konzepts ganzheitlich betrachtet werden. Der Verantwortliche für das Leerstandsmanagement muss vorausschauend handeln. Dies bedeutet, Leerstände frühzeitig erkennen bzw. Informationen hierzu erhalten, sodass rechtzeitig Gegenmaßnahmen ergriffen werden können. Leerstehende Geschäfte bzw. Räumlichkeiten in der Stadt Neumünster bieten weder ein ansprechendes noch attraktives Erscheinungsbild für Anwohner und Besucher. Es bedarf kreativer und innovativer Ideen sowie aktiver Maßnahmen, um das wahrgenommene Bild der Einkaufsquartiere in Neumünster zu optimieren. Eine vollständige Analyse des Standorts mit Blick auf die Angebots- und Nachfragesituation ist unerlässlich. Aufbauend auf das Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2008 ergibt sich ein Überblick über die Gesamtsituation der Leerstandsproblematik und die hieraus abzuleitenden Handlungsfelder. In der Folge erhalten ansiedlungswillige Unternehmen bereits im Vorfeld aufbereitete und strukturierte Unterlagen für ihre Entscheidungsfindung. Mit der Schließung des Warenhauses Karstadt zum 30.06.2016 (Tagespresse vom 13. Mai 2015) und der Eröffnung der Holsten-Galerie im Jahr 2015, mit der ggf. Verschiebungen von innerstädtischen Einzelhandelsunternehmen einhergehen, wäre die Installierung eines Leerstandsmanagements ein wichtiger Baustein zur Erhaltung der Attraktivität und Angebotsvielfalt in der Innenstadt von Neumünster.

2. Ansprechpartner im Bereich der Ansiedlungspolitik

Im Neumünsteraner Innenstadtbereich müssen feste Ansprechpartner für die verschiedenen Aufgabengebiete festgelegt werden, damit es hinsichtlich der Unternehmensansiedelung nicht zu Kompetenzüberschneidungen kommt. Die wichtigsten Ansprechpartner der einzelnen Institutionen ergeben sich aus dem definierten Aufgabenbereich. Zur Optimierung der Außenkommunikation sollen die festgelegten Aufgabenbereiche in einem späteren Schritt in einer Broschüre festgehalten werden.

a. Ansprechpartner Stadtverwaltung

Im Rahmen des Leerstandsmanagements soll eine Person bei der Stadtverwaltung zentral alle Fragen der potenzielle Miet- / Kaufinteressenten an die Stadtverwaltung bearbeiten bzw. beantworten (Stichwort Bürgerbüro / Gewerbebüro). Diese Position der Stadtverwaltung könnte auch durch ein Outsourcing extern vergeben werden. Besonders rechtliche Fragestellungen - im Hinblick auf den Standort - stehen im Vordergrund.

b. Ansprechpartner Gewerbefläche

Zentraler Ansprechpartner in allen Fragen bezüglich der Gewerbeflächen ist die Wirtschaftsagentur Neumünster GmbH. Die Wirtschaftsagentur vermittelt den Kontakt zu den Eigentümern und stimmt das weitere Vorgehen mit der Stadtverwaltung ab.

© Citymanagement Neumünster

c. Ansprechpartner Gewerbeimmobilien / Leerstandsmanager

Der Ansprechpartner wird eine aktive Vermittlertätigkeit ausüben, diese kann als Refinanzierungsquelle für das Leerstandsmanagement dienen. Darüber hinaus soll der Ansprechpartner in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsagentur einen engen Austausch bei der Vermittlung von Gewerbeimmobilien pflegen. Der Ansprechpartner in dieser Funktion konzentriert sich auf Einzelhandels-/Dienstleistungs- / und Gastronomiestandorte in der Innenstadt. Ein regelmäßiger Austausch zwischen allen Ansprechpartnern muss kontinuierlich gewährleistet sein.

Der Ansprechpartner vermittelt den Kontakt zu dem Immobilienbesitzer/-makler und stimmt weiteres Vorgehen mit der Stadtverwaltung / Wirtschaftsagentur ab. Der Ansprechpartner ist der direkte Kontakt für alle Leerstandsinteressierte und nimmt direkten Kontakt zu potenziellen Unternehmen der Handels-/ Dienstleistungs- und Gastronomiebranche auf.

d. Ansprechpartner Förderprogramme

In Bezug auf Förderprogramme für Unternehmensansiedelungen ist die Wirtschaftsagentur in Zusammenarbeit mit der IHK Kiel zentraler Ansprechpartner für alle Fragen. Die Organisationen informieren über Förderprogramme und vermitteln den Kontakt zu den Ansprechpartnern.

3. Aufbau Datenbank leerstehende Gewerbeobjekte

Der Aufbau einer Datenbank ‚Leerstehende Objekte' für Handel, Gastronomie und Dienstleistungen in Neumünster wäre der erste Schritt, um gegenüber ansiedlungsinteressierten Unternehmern dieser Branche aussagekräftig zu sein. Eine Abstimmung zwischen der Wirtschaftsagentur und der Stadtverwaltung muss dabei gewährleistet sein. Es soll eine Internetpräsentation realisiert werden, die unter dem Menüpunkt „Freie Gewerbeobjekte" für die Vermarktung genutzt wird. Die Datenbank soll über das Stadtgebiet hinaus jederzeit allen Unternehmern zur Verfügung stehen, d. h. alle Interessierte müssen uneingeschränkt auf die dargebotenen Informationen zugreifen können. Darüber hinaus soll in einem Newsletter (siehe 10.) wiederholt auf die Möglichkeit der Immobilienvermarktung hingewiesen werden.

4. Standortanalyse

Im Rahmen einer wirtschaftlichen Untersuchung der Stadt Neumünster müssen alle diesbezüglich relevanten Informationen aus dem Stadtgebiet gesammelt, als Kennzahlen für weitere Aktionen (Broschüren, Flyer, Messestand etc.) ausgewertet und den potenziellen Unternehmern zur Verfügung gestellt werden. Wichtige Kennzahlen für die Erhebung sind:

- Mietspiegel, Kaufkraft, Branchenmix (inklusiv offene Branchen),
- Bevölkerungsentwicklung, Prognosen, verfügbares Einkommen,
- Pro-Kopf-Ausgaben, Verkaufsflächen,
- Standortmix (Zentrum, sonstiges Stadtgebiet, Peripherie),
- Verkehrsnetz, Lagenübersicht (1a, 1b, 1c),
- Kaufkraftindex,
- Herausfinden von Marktnischen
  (Pioniernutzer finden, die eine Reihe von Folgeansiedlungen nach sich ziehen),
- Städtebaulich geplante Maßnahmen.

© Citymanagement Neumünster

5. Leerstandspräsentation

a. Internetseite

Über eine Webseite soll unter dem Menüpunkt „Freie Gewerbeobjekte“ die leerstehenden Immobilienobjekte für potenzielle Unternehmensansiedelungen angeboten werden. Alle wichtigen Exposé-Daten (Objektgröße, Lage, Preis, Ansprechpartner etc.) sollen über diese Datenbank öffentlich dargestellt werden.

b. Facebook-Profil

Das Citymanagement kann unter „Facebook“ für die Immobilienvermarktung mit angelegt werden und hier Hinweise zur Stadt, deren Vitalität und Aktionen angeben. Die Neumünsteraner Außenpräsentation wird gestärkt und ein höherer Aufmerksamkeitsgrad über die Stadtgrenzen hinaus erreicht. Allerdings bedeutet dies, dass eine ständige Überwachung des Accounts gewährleistet werden muss, damit keine negative Dynamik im Netz stattfindet.

6. Aufbau Netzwerk

Eine bedeutende Rolle bei der Entwicklung von Zukunftschancen für den Standort Innenstadt spielt die Mobilisierung und Vernetzung lokaler Akteure, Unternehmens-, Bürger- und Interesseninitiativen. Die Verknüpfung verschiedener Maßnahmen zum Bespielen der Leerstände, die Identifizierung der Nutzungen, die Kontaktaufnahme zu beteiligten Akteursgruppen wie z. B. Interessenverbänden oder Multiplikatoren (Wohnungsbaugesellschaften, Expansionsleiter von Filialisten, Sprecher lokaler Initiativen, Existenzförderern, Agentur für Arbeit etc.) sowie die Zusammenführung und Abstimmung der bestehenden Interessen, sind als Einzelschritte allesamt Bestandteil einer aktiven Standortentwicklung / Standortbelebung. Ein großer Vernetzungsinhalt mit den Immobilienmaklern muss aufgebaut und gepflegt werden, um in diesem Netzwerk erfolgreich agieren zu können. Darüber hinaus müssen Kontakte zu Entscheidern hergestellt und intensiviert werden.

7. Optimierung Schaufenstergestaltung

Das Neumünsteraner Stadtbild soll im Rahmen des Stadtmarketings optisch aufgewertet werden. An allen freistehenden Immobilien sollen die Kontaktdaten der Immobilienbesitzer/-betreuer zu finden sein, hierfür können die leeren Schaufenster temporär mit einer Folie beklebt werden. Folgende „win-win-Situationen“ werden für alle Beteiligten geschaffen:

- Psychologisch fühlen sich die Anwohner bzw. die umliegenden Unternehmen betreut, da im Rahmen eines ganzheitlichen Konzepts die Situation aktuell vor Ort positiv begleitet wird (es tut sich was!).
- Alle leerstehenden Gewerbeobjekte (Schaufenster) präsentieren sich im Stadtbild einheitlich.
- Es erscheinen alle benötigten Informationen / Kontaktdaten des Vermieters / Verkäufers sowie die des für das Leerstandsmanagement Verantwortlichen als Mitvermarkter auf den Flächen.

© Citymanagement Neumünster

- Es wird ein Zusatzwert für die Bewohner bzw. Besucher an Werbung / Information in der Stadt Neumünster geschaffen (aktuelle Hinweise auf die verschiedenen Einkaufs-erlebnisse, Gewinnspielaktionen, kleine Spiele).

- Die Stadt Neumünster wird aktiv bei der Leerstandbekämpfung vor Ort wahrgenommen und präsentiert sich positiv in der Öffentlichkeit.

8. Kurzfristige Nutzungskonzepte für urbane Vielfalt

Die leerstehenden Flächen / Gebäude können temporär für verschiedene Nutzungsmöglichkeiten zur Verfügung gestellt werden. Dadurch können verschiedene Aktivitäten zur Belebung der Quartiere beitragen. Folgende Nutzungsmöglichkeiten kommen hierfür in Betracht:

a. Soziale Nutzungen

Die Überlassung von Räumen an Bürgergruppen kann soziales Engagement in der Nachbarschaft ermöglichen. Ob als Angebot für Kinder, Jugendliche, Senioren oder für die Allgemeinheit. Verschiedene Interessen tragen so zu einer Belebung des Leerstandsorts bei.

b. Kulturelle Nutzungen

Kulturelle Nutzungen können eine Rolle in ihrer Funktion als Raumpioniere und als urbane Katalysatoren spielen. Oftmals sind Künstler und andere Kreative als Erste dazu bereit, unsanierte Bauten als Atelier und Wohnraum zu nutzen (Künstlerkommune, Nachbarschaftskunst, Theaterhotel etc.).

c. Gewerbliche Nutzungen im Rahmen

Durch die Verknüpfung der Ressourcen Raum (Leerstand) und Zeit (Arbeitslosigkeit) kann Eigeninitiative und eine Ökonomie von unten entstehen. Die Zulassung und Förderung von Kleingewerbe als Zusatzerwerb oder als Existenzgründung eröffnet den arbeitslosen Bewohnern neue Perspektiven. Durch geschicktes Management (Vernetzung) bilden sich „Brutplätze“ mit Potenzialen für eine wirtschaftliche Erneuerung.

9. Werbemedium Unternehmensansiedlung

Eine Broschüre für die Gewerbeansiedlung - mit allen gesammelten Daten aus der Standortanalyse sowie den Daten aus dem Standortmarketing - soll erstellt werden. Zentrale Fragen wie z. B. Mietspiegel, Grundstückspreis, Branchenmix, kulturelles Erbe oder Highlights in der Stadt / Region sollen hier im Mittelpunkt stehen. Die Broschüre soll zukünftigen Unternehmern zentrale Fragen zur Ansiedlungspolitik leicht beantworten und mit Bildern untermalen. Dabei muss die zentrale Bedeutung des Einzelhandels für die Neumünsteraner Innenstadt betont werden. Öffentlichen Fördermaßnahmen für die Existenzgründung soll ebenso berücksichtigt werden wie deren Ansprechpartner im Leerstandsmanagement. Auch das Parkraummanagement (Angebot und Hinweis auf kostenloses Parken und die ParkLeitRoute) soll dargestellt werden. Bei dieser Broschüre handelt es sich um die zielgerichtete Erstellung eines Werbemediums im Rahmen der Leerstandsvermarktung / Unternehmensansiedlung (weniger ist mehr). Der Schwerpunkt muss in der Ansiedlungspolitik liegen.

© Citymanagement Neumünster

10. Informationspapier Immobilienmanagement

Aus dem Bereich Leerstandsmanagement (Immobilienletter) wird in Kooperation mit den Immobilienmaklern der Stadt ein monatliches Informationspapier erstellt. Der ständige Austausch unter allen Netzwerkpartnern (IHK, Wirtschaftsagentur, Stadtverwaltung etc.) im Stadtgebiet Neumünster ist Schwerpunkt dieses Instruments. Ziel ist es, einen effektiven Grad an Aktualität zu erreichen.

11. Weitere mögliche Handlungsfelder im ungünstigsten Fall

a. Unternehmensansprache

Wenn die o. g. Maßnahmen im ungünstigsten Fall nicht zum Erfolg führen, bestünden darüber hinaus weitere Optionen. Geschäftsführer / Existenzgründer von potenziellen Unternehmen, deren Unternehmenszweck optimal in den Branchenmix passt und somit das Angebot in der Stadt Neumünster bereichert, könnten zur Verwirklichung des aktiven Leerstandsmanagements gezielt mit einem Anschreiben (inkl. Werbemedium aus 9.) kontaktiert werden. Um das generelle Interesse am Standort Neumünster abzufragen, sollte zusätzlich eine telefonische Nachbereitung - inklusive einer Ergebnisdokumentation - durchgeführt werden. Die Ergebnisse würden erfasst und kategorisiert in:

- kein Interesse, bedingtes Interesse, zeitlich verzögertes Interesse und akutes Interesse.

Die so ermittelten Unternehmen müssten dann über einzelne Geschäftslagen und Geschäftsräume sowie über Nutzungsvorschläge informiert und dorthin eingeladen werden. Zeigen Unternehmen Interesse, müsste im Nachherein sichergestellt werden, dass diese Unternehmen regelmäßig über den Standort Neumünster und die Nutzungsmöglichkeiten informiert würden. Zu den Entscheidern wäre ein dauerhafter, qualitativer Kontakt (quartalsweise Informationen) aufrecht zu erhalten.

b. Messepräsentation

Die Wirtschaftsagentur soll sich in Kooperation mit dem Leerstandsbeauftragten in einem professionellen Messeauftritt / Messedisplay auf Immobilienmessen präsentieren, um hier Kontakte zu Expansionsabteilungen / Unternehmern zu generieren. Einer der größten Messen ist die „Expo Real“ in München, hier präsentiert sich die ganze Welt der Immobilien: Investoren und Finanziers, Projektentwickler, Projektmanager, Berater und Vermittler, Corporate Real Estate Manager und Expansionsleiter, Architekten und Planer sowie Ansprechpartner von Städten und Wirtschaftsregionen. Eine enge Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsagentur muss angestrebt werden, da sie auf dieser Messe bereits als Aussteller vertreten ist.

c. Veranstaltung Leerstandspräsentation

Nach der Kontaktaufnahme sollen potenzielle Entscheider bei Interesse am Standort Neumünster zu einer Veranstaltung eingeladen und direkt vor Ort mit den Gewerbeimmobilien / Gewerbegrundstücke im Rahmen einer Besichtigungsfahrt konfrontiert werden. Diese Veranstaltung kann im Rahmen eines „Wirtschaftstages“ organisiert werden. Schwerpunkt dieser Veranstaltung soll - neben der Begrüßung durch die Stadt und der Präsentation einiger Unternehmen aus der Innenstadt - eine Immobilienrundfahrt, Besichtigung eines kulturellen Highlights sowie ein gemeinsamer Abschluss sein.

© Citymanagement Neumünster

12. Fazit

Damit im Raum Neumünster / Schleswig-Holstein allen Beteiligten sowohl die Möglichkeiten vor Ort, als auch die verschiedenen Ansprechpartner bekannt sind, muss das Medieninteresse/ die Vernetzung stärker intensiviert werden. Im Rahmen eines Immobiliennetzwerkes müssen die verschiedenen Entscheider der Unternehmen bei Interesse regelmäßig über den Standort Neumünster und die freistehenden Gewerbeimmobilien informiert bzw. eingeladen werden.

Darüber hinaus müssen Zwischenlösungen in Form der Schaufensterbeklebung bzw. der kurzfristigen Nutzung durch soziale, kulturelle oder gewerbliche Interessenten für die unterschiedlichen Leerstände gefunden werden, zusätzlich kann die Motivation bezüglich eines verstärkten Engagements der Interessenten vorangetrieben werden. Neumünster muss im Rahmen von gezielten Stadtmarketingaktionen weiterhin einen höheren Aufmerksamkeitsgrad erreichen (z. B. durch große Events, Kundenbindungsprogramme, Aktionen, städtebaulichen Veränderungen und vitale Belebungen im Einzelhandel). Nur mit der ganzheitlichen Betrachtung dieses Konzepts ist es möglich, die Leerstände in Neumünster zu minimieren bzw. im Vorfeld zu identifizieren und die Aufmerksamkeit für den Standort zu erhöhen.

© Citymanagement Neumünster