



# Schwerte Stadtmarketing

Stärken. Vernetzen. Gestalten



# Was wissen wir ?



Schwerte  
Stadtmarketing

# Erkenntnis Januar 2020

- ❖ Expansionsverhalten des traditionellen Handels ist deutschlandweit rückläufig
- ❖ Standort Schwerte als Mittelzentrum (<50.000 EW) umgeben von hohem Konkurrenzdruck
- ❖ Lage, Größe und/oder Schnitt der Ladenlokale in Schwerte oft nicht als ausreichend gut/passend bewertet
- ❖ City Center auch für großflächig suchende Unternehmen entweder zu klein und/oder unattraktiv
- ❖ Mietvorstellung einiger Eigentümer\*innen überzogen
- ❖ Temporäre Ladennutzung zur Attraktivierung der Innenstadt (noch) keine Selbstverständlichkeit



# Wo stehen wir ?



Schwerte  
Stadtmarketing

# Erkenntnis Januar 2021

- ❖ **Expansionsverhalten des stationären Handels ist deutschlandweit weiter zurückhaltend.** Dennoch: Rekordumsatz des Einzelhandels 2020 (+4,2 % zum Vorjahr) Aber: Online wächst weiter und durch Corona rasanter (+23,4 % zum Vorjahr)
- ❖ **Standort Schwerte als Mittelzentrum (<50.000 EW) umgeben von hohem Konkurrenzdruck.** Das gilt weiterhin. Aber: das zentrale Problem sind weniger die umliegenden Oberzentren, als der wachsende Online-Marktanteil
- ❖ **Lage, Größe und/oder Schnitt der Ladenlokale in Schwerte oft nicht als ausreichend gut/passend bewertet.** Das gilt weiterhin. Vor allem die Modernisierung von Ladenlokalen und deren Flächen ist wichtig

2020  
1



# Erkenntnis Januar 2021

- ❖ **City Center unattraktiv** oder auch für großflächig suchende Unternehmen zu klein. Das gilt weiterhin, gleichwohl einzelne positive Entwicklungen stattfinden. Eine strategische Gesamtentwicklung der Immobilie ist dennoch notwendig
- ❖ **Mietvorstellung einiger Eigentümer überzogen**  
Veränderungen treten Schritt für Schritt ein;  
Andere/weitere Bestandteile der Vertragsgestaltung werden immer wichtiger (u.a. flexiblere Laufzeiten)
- ❖ **Temporäre Ladennutzung zur Attraktivierung der Innenstadt (noch) keine Selbstverständlichkeit**  
Auch hier finden Veränderungen statt (Bsp. Ostenstraße 1, Hüsingstraße 22, Schaufensterbespielung Hüsingstraße 31)

2020  
1



# Facts für Schwerte



- ❖ Ca. 78.000 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche\*
- ❖ 46 Leerstände im Stadtgebiet mit einer Verkaufsfläche von ca. 8.925 m<sup>2</sup>. Dies entspricht einer Leerstandsquote von ca. 11,4 % der Gesamtverkaufsfläche
- ❖ Davon 8 Leerstände in der Hauptlage Hüsingstraße / Mährstraße mit einer Verkaufsfläche von ca. 900 m<sup>2</sup>
- ❖ Gewerbemietpreisspiegel max. 15 € bzw. 18 € pro m<sup>2</sup> in 1 A-Lage\*\*

\* Einzelhandelskonzept der Stadt Schwerte (2013)

\*\* Gewerbemietpreisspiegel der IHK 2018/2019



Schwerte  
Stadtmarketing

# Was tun wir ?



Schwerte  
Stadtmarketing

# Geschäftsflächenmanagement



## Professionalisierung durch:

- Immobilien- und Leerstandregister: Netzwerkaufbau Immobilien-Eigentümer, Mieter und Makler (aktuell ca. 345 Datensätze)
- AG Innenstadt
- Erstellung und Pflege von Immobilien-Exposees
- Gründung & Durchführung „Forum Zukunft Innenstadt“
- Entwicklungen: 11 Ansiedlungen und 3 Zwischennutzungen



# Stärkung des Einzelhandels



Schwerte  
Stadtmarketing

## Zentrale Maßnahmen und Entwicklungen:

- Entwicklung und schrittweise Umsetzung des **4-Punkte-Plans** zur Digitalisierung des Einzelhandels:
  1. gestalterischer Relaunch der Werbegemeinschaft
  2. Digitales Schaufenster
  3. Ressourcenoptimierter Lieferdienst
  4. Digitaler SchwerteGutschein
- Bündelung und Kommunikation der Abhol- und Lieferangebote der heimischen Gastronomie
- Einrichtung eines Lieferservice für den Einzelhandel in Schwerte
- „Gründungswettbewerb Innenstadt“ gemeinsam mit der TWS
- Fördermittelgewinnung aus dem „Sofortprogramm Innenstadt“ gemeinsam mit Stadt und TWS

# GRÜNDUNGS WETTBEWERB INNENSTADT

JETZT BEWERBEN!

BIS ZU  
**300€**  
MIETZUSCHUSS  
PRO MONAT

Yes, We're  
**Oper**



Schwerte  
Stadtmarketing

# Was sehen wir ?



Schwerte  
Stadtmarketing

# Aktives Leerstandsmanagement



1. Leerstand kennen und frühzeitig von drohendem Leerstand erfahren
2. Einfache Datenerfassung und digitale Datenhaltung
3. Kartenbasierte Darstellung und Verknüpfung mit immobilienwirtschaftlichen und stadtplanerischen Detailinfos
4. Fachämterübergreifendes Arbeiten
5. Eigentümern Unterstützung anbieten → lokale Kümmerer
6. Softwaregestützter Eigentümerdialog
7. Reichweitenstarke Vermarktung, aktives Stadt- und City-Marketing



# Innenstädte: Maßnahmen für eine bessere Zukunft

Unmittelbare  
Maßnahmen



## Direktmaßnahmen

- Stärkung des Handels durch Sonder- und Sonntagsöffnungen
- Erlass von Mieten
- Schnelle Auszahlung von Hilfeleistungen
- Unterstützung von Online-Plattformen durch Kommunen
- Initialisierung von gemeinsamen Lieferservices



## Steuern

- Reform der Gewerbesteuer (keine Hinzurechnung von Mieten & Pachten/Reduktion der Hebesätze)
- Ausweitung der steuerlichen Verlustrechnung



## Verkehr/Infrastruktur

- Ausbau und Stärkung des ÖPNV (ggf. kostenlose Nutzung)
- Reduktion der Kosten für Individualverkehr
- Stärkere Vernetzung von Kulturbetrieb und Einzelhandel („Stadterlebnis“)



## Digitale Vernetzung

- Flächenübergreifendes, kostenloses WLAN in deutschen Innenstädten
- Übergreifende digitale Angebote im Einzelhandel
- Digitale Parkleitsysteme mit Buchungsmöglichkeit



## Quartiersentwicklung/ Immobilien

- Lebendige Quartiere und Austausch mit allen Stakeholdern
- Durchmischung aller Käuferschichten (durch bezahlbaren Wohnraum)
- Vermeidung von Landflucht nach Covid-19
- Fundierte Markt- und Standortanalysen und flexible Flächenplanung
- Entwicklung von klaren Konzepten mit starkem Brand



## Recht

- Verbessertes Planungsrecht für kürzere Planungs- und Bauprozesse
- Harmonisierung der Landesbauordnungen und kürzere Rechtswege
- Vereinfachungen der Vorschriften für den Einzelhandel in Bau- und Ordnungsrecht

Strukturelle Maßnahmen

# Neue Chancen sehen! Dafür braucht es...

- ❖ ...ein **Umdenken bei Mietpreisen** und Vertragslaufzeiten, um neuen Akteur\*innen mit frischen Konzepten eine realistische Gründungschance zu ermöglichen
- ❖ ...**neue/umgenutzte (größere) Flächen**, um Projekte zur Stärkung des Standorts zu entwickeln (z.B. Hotel, Co-Working-Space usw.)
- ❖ ...**Verantwortung der Eigentümer\*innen** ihre Ladenlokale instand zu halten und zu modernisieren
- ❖ ...**ein Netzwerk der Eigentümer\*innen**, um kooperativ konkrete Maßnahmen in der Innenstadt umzusetzen
- ❖ ...**mehr digitale Sichtbarkeit & Angebote** des stationären Einzelhandels
- ❖ ...**mehr Lokalkolorit**. Fokus auf Erlebnis, Narrative und Qualität der Waren und Dienstleistungen aus Schwerte (Profilschärfung)



Vielen Dank!



Schwerte  
Stadtmarketing