



Handelsmonitor Osnabrück

Vorstellung am 8. Juli 2021



Lockdownphasen belasteten den innerstädtischen Einzelhandel

Sortimente wie Oberbekleidung und Schuhe/Lederwaren erleiden Umsatzverluste

Online-Handel und Sortimente wie Fahrräder und Baumarktbedarf erzielen Umsatzgewinne

Grundzentren profitieren von der Krise

Osnabrück behauptet sich trotzdem als wichtigster Einkaufsort für die Region

Handelsmonitor 2021

**Kennzahlen-
analyse**

Quartierscheck

**Passanten-
monitor**

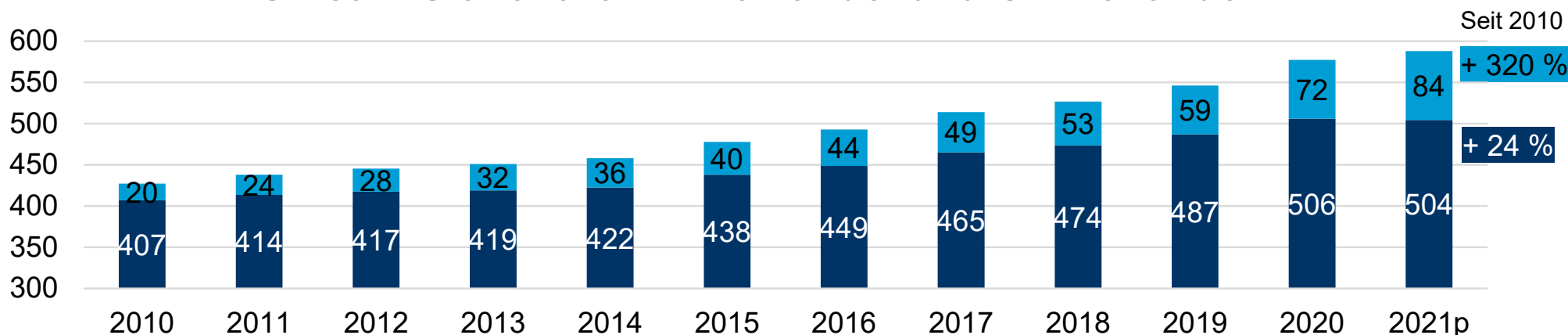
**Leerstands-
monitor**

Handlungsfelder 2021+



Kennzahlenanalyse Deutschland

Umsatz Stationärer Einzelhandel und Onlinehandel



in Mrd. Euro

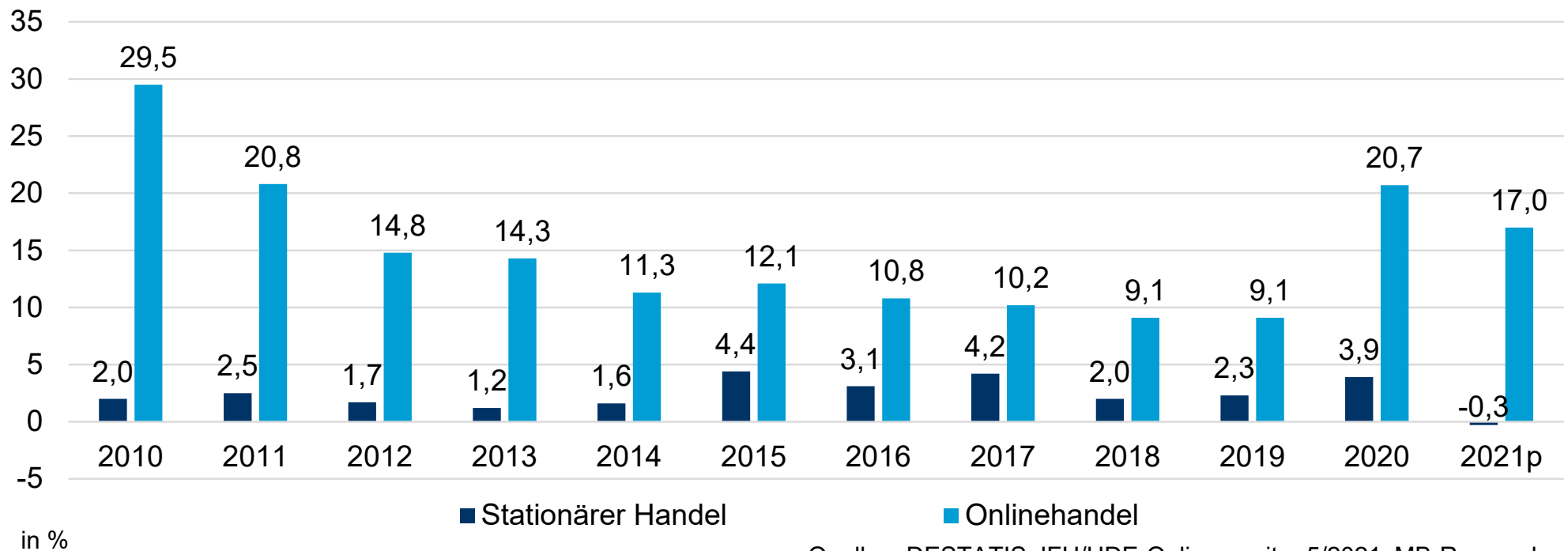
■ Stationärer Einzelhandel ■ Onlinehandel

Nominal, ohne USt.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021p
Stationärer Handel	2,0 %	2,5 %	1,7 %	1,2 %	1,6 %	4,4 %	3,1 %	4,2 %	2,0 %	2,3 %	3,9 %	-0,3 %
Onlinehandel	29,5 %	20,8 %	14,8 %	14,3 %	11,3 %	12,1 %	10,8 %	10,2 %	10,1 %	9,1 %	20,7 %	17,0 %
Inflationsrate	1,1 %	2,1 %	2,0 %	1,4 %	1,0 %	0,5 %	0,5 %	1,5 %	1,8 %	1,4 %	0,5 %	2,4 %

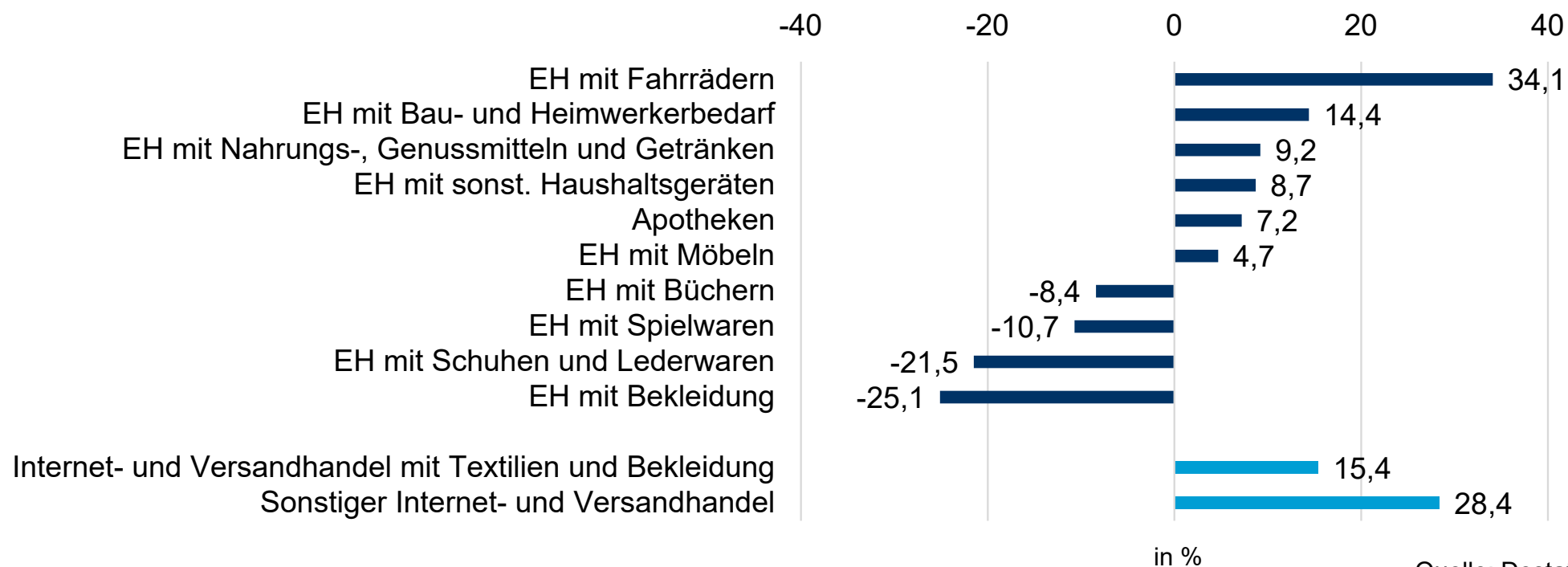
Quellen: DESTATIS, IFH/HDE-Onlinemonitor 5/2021, MB-Research, Statista

Umsatzveränderung zum Vorjahr in Deutschland



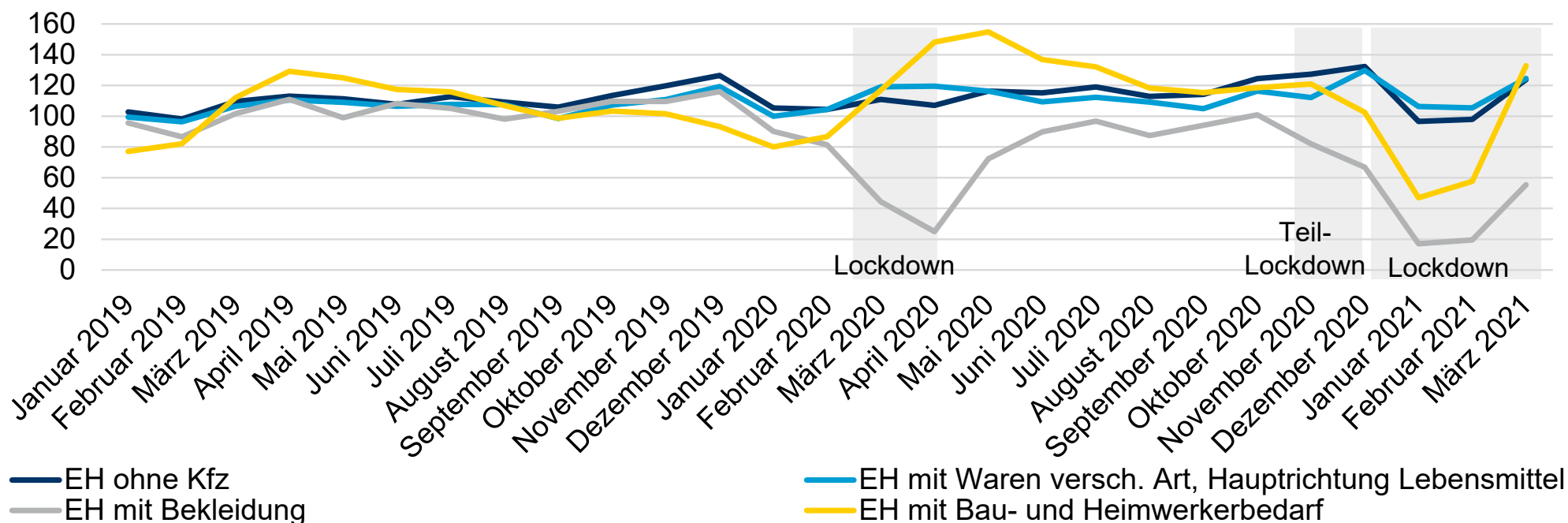
Quellen: DESTATIS, IFH/HDE-Onlinemonitor 5/2021, MB-Research

Umsatzveränderung 2020 gegenüber 2019 in Deutschland



Quelle: Destatis

Monatliche Umsatzentwicklung im Stationären Einzelhandel



2015 = 100, in konstanten Preisen

Quelle: Destatis

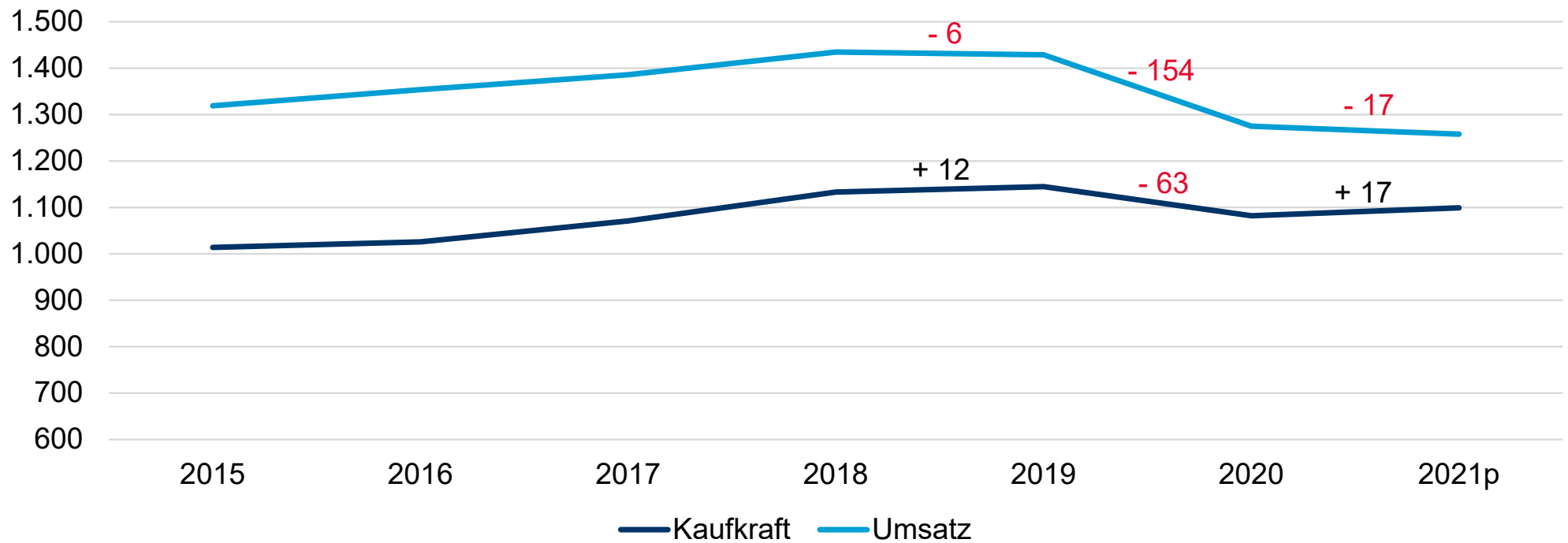


Kennzahlenanalyse Stadt Osnabrück

Umsätze brechen durch die Pandemie erheblich ein



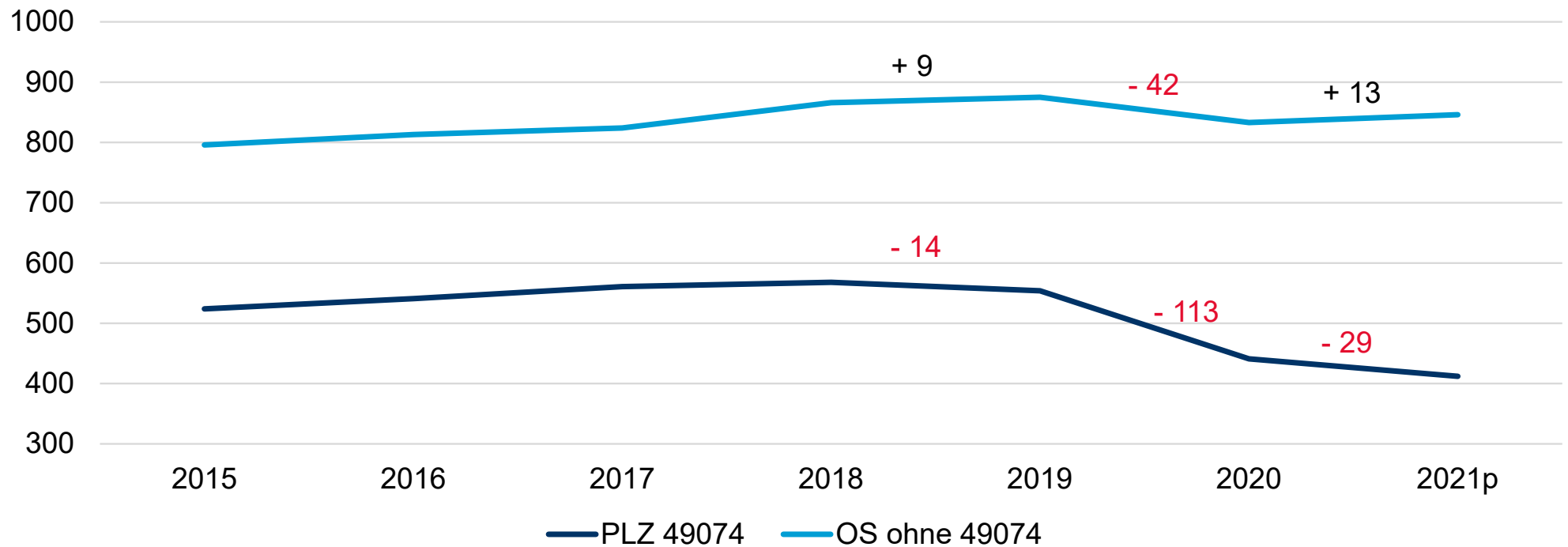
Entwicklung von Kaufkraft und Umsatz



in Mio. Euro

Quelle: MB-Research 2015 - 2021

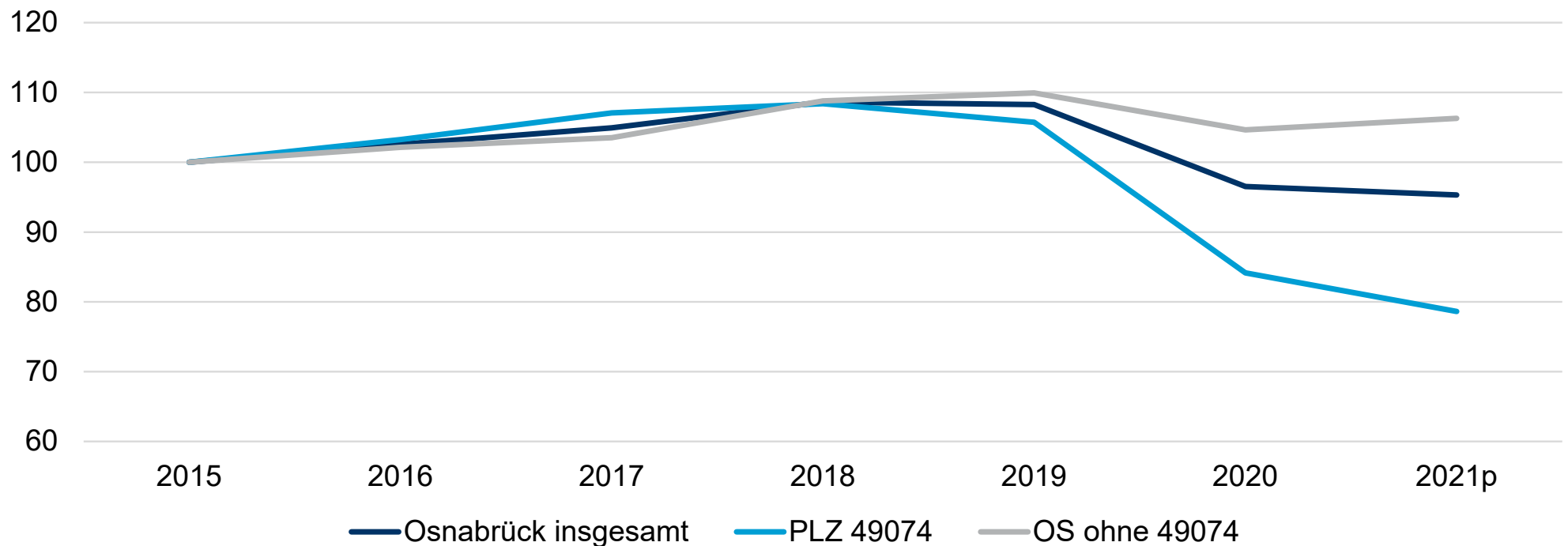
Umsatzentwicklung stationärer Einzelhandel in Osnabrück



in Mio. Euro

Quelle: MB-Research; eigene Berechnungen

Indizierte Umsatzveränderung Innenstadt/Rest von Osnabrück

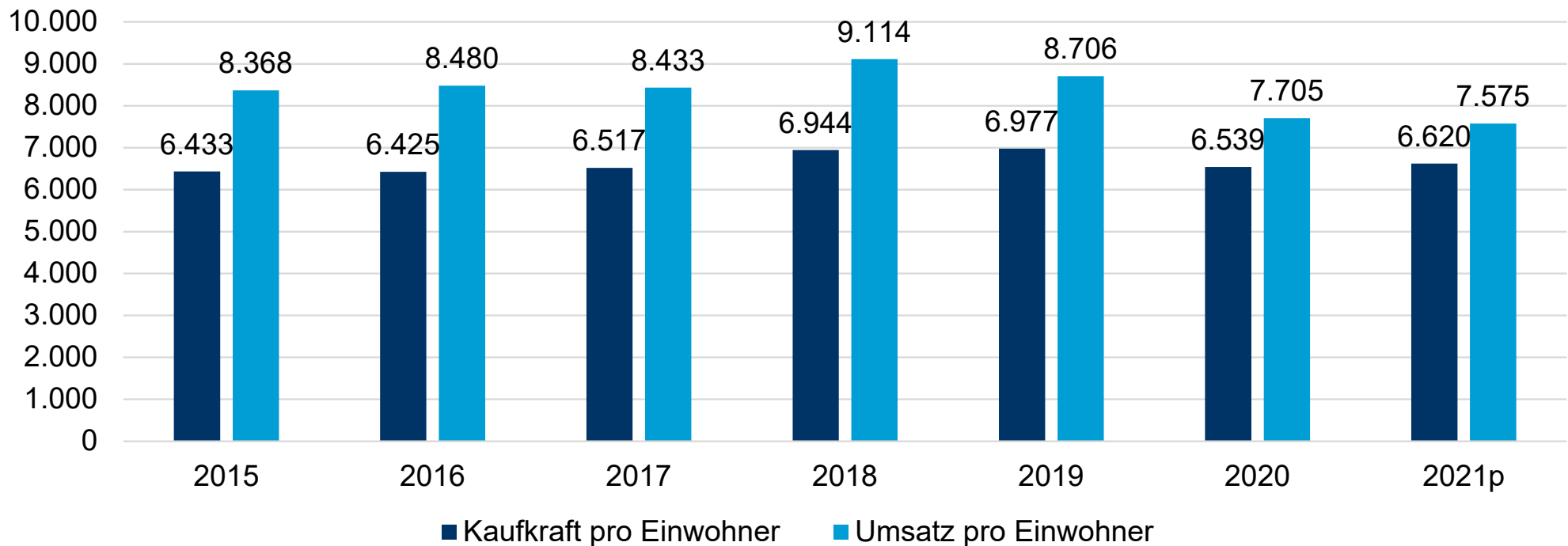


2015 = 100

Quelle: MB-Research; eigene Berechnungen

Kaufkraft und Umsatz gehen pandemiebedingt zurück

Kaufkraft und Umsatz pro Einwohner in Osnabrück

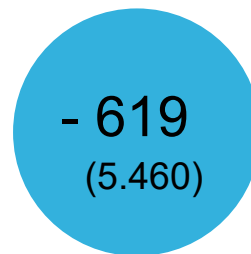
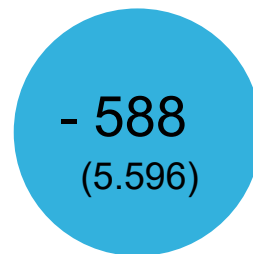
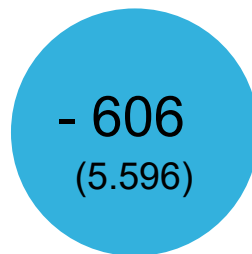
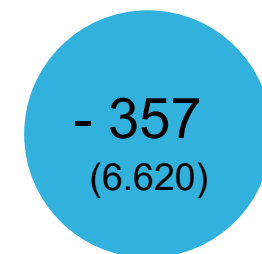
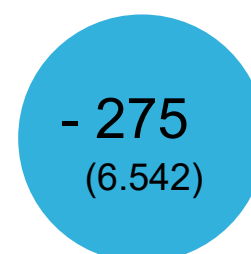
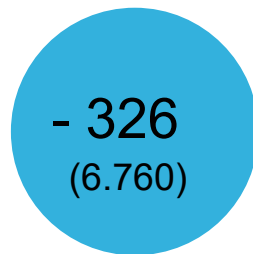


Quelle: MB-Research

Rückgang bei Kaufkraft und Umsatz auf allen Ebenen



Pro-Kopf-Veränderungen zwischen 2019 und 2021



Deutschland

Niedersachsen

IHK-Bezirk

Osnabrück

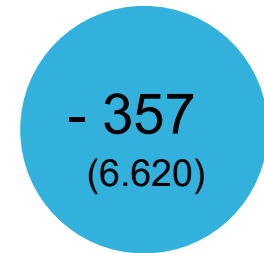
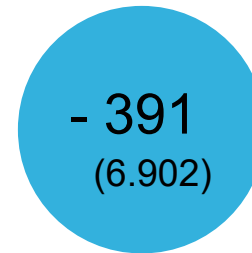
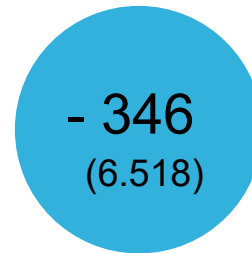
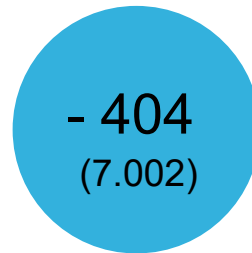
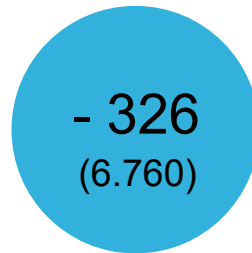
Quellen: MB-Research, Eigene Berechnungen, gerundet;
hellblau: > - 1.000; dunkelblau: < - 1.000

Starke Umsatzrückgänge in den Oberzentren

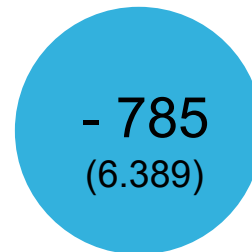
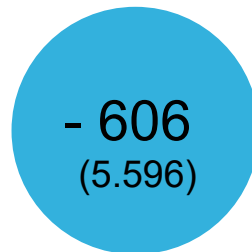
Pro-Kopf-Veränderungen zwischen 2019 und 2021



Kaufkraft



Umsatz



Deutschland

Münster

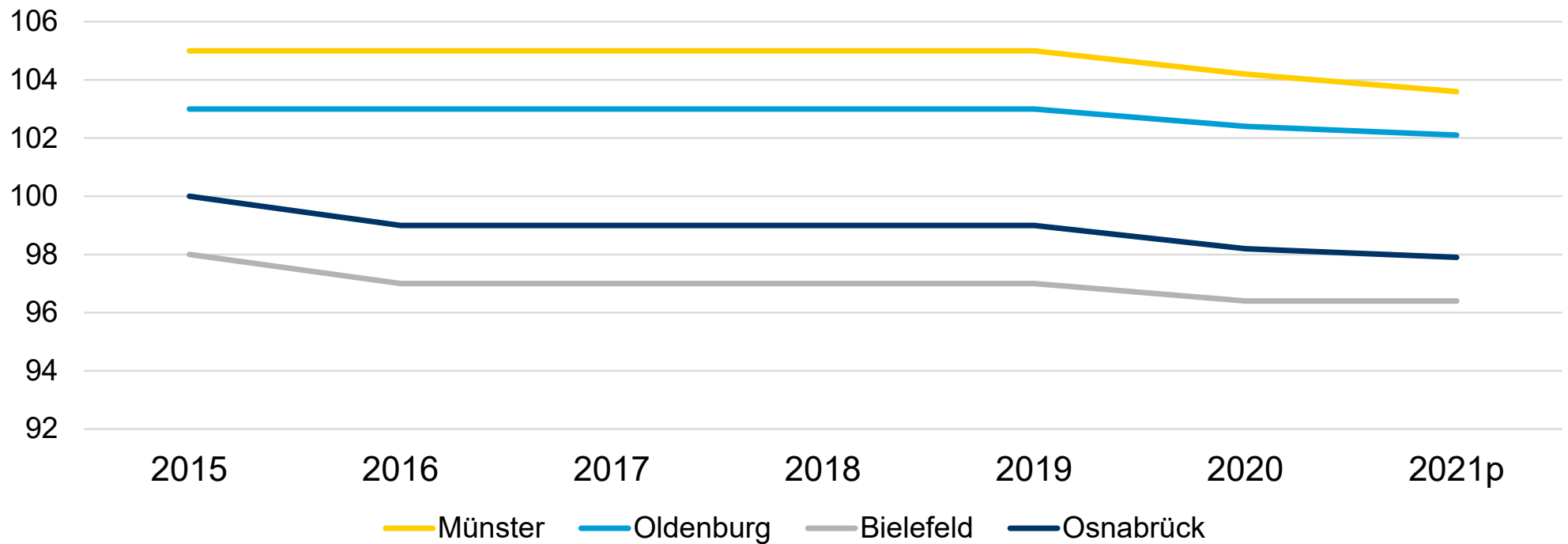
Bielefeld

Oldenburg

Osnabrück

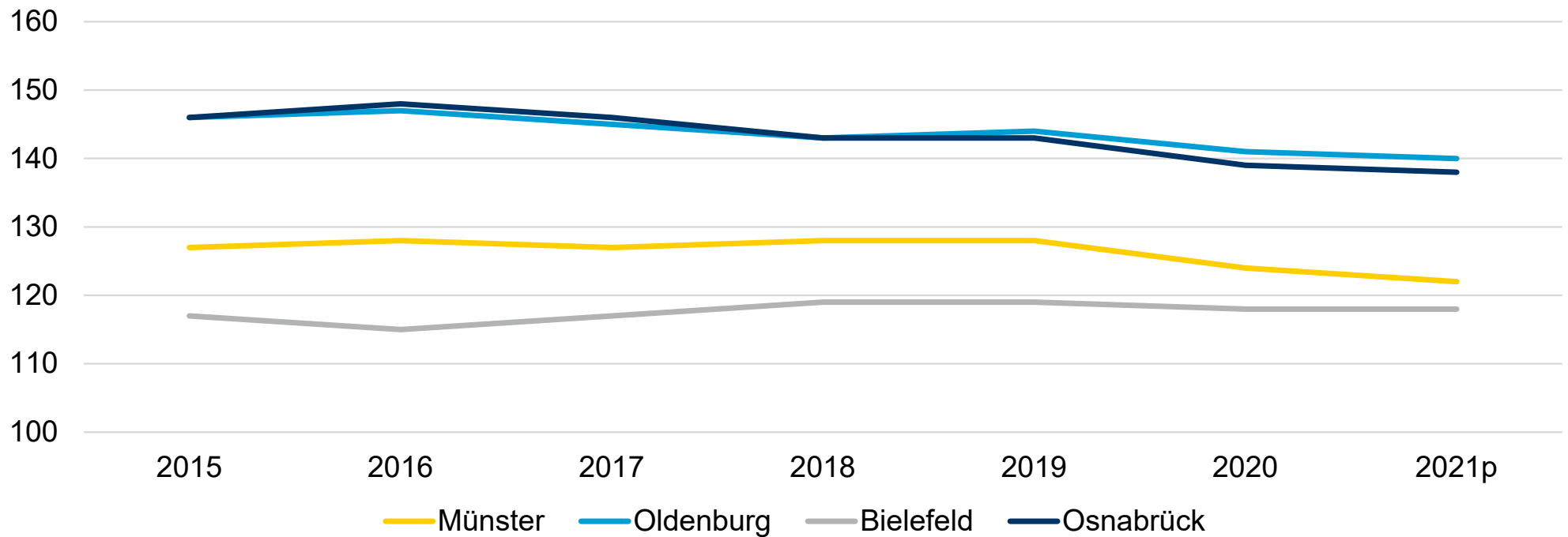
Quellen: MB-Research, Eigene Berechnungen, gerundet;
hellblau: > - 1.000; dunkelblau: < - 1.000

Oberzentren im Vergleich



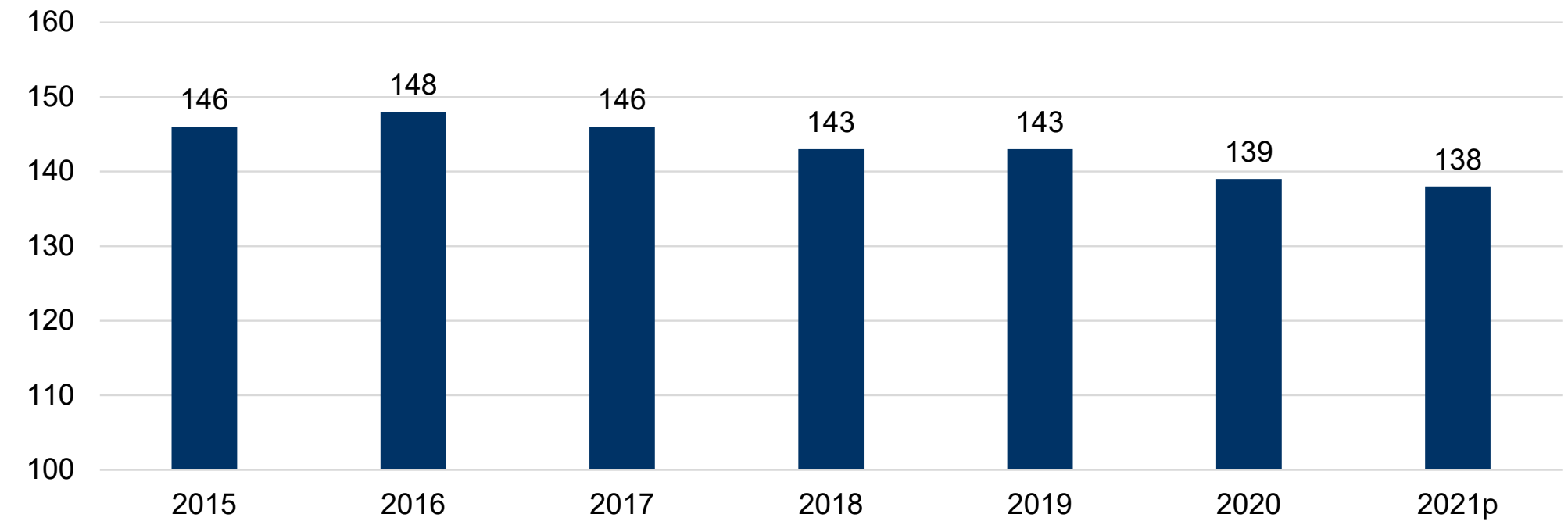
Quelle: MB-Research

Oberzentren im Vergleich



Quelle: MB-Research

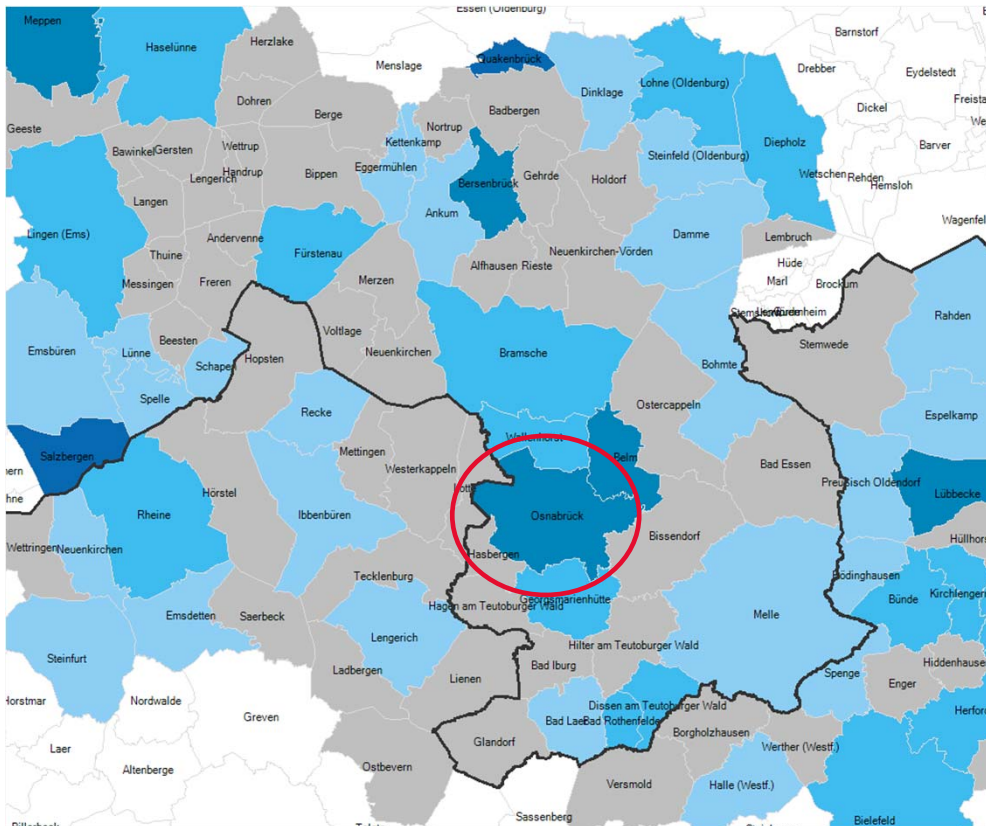
Entwicklung der Handelszentralität von Osnabrück



D = 100

Quelle: MB-Research

Prognose 2021: Osnabrück behauptet Zentralität



Handelszentralitäten

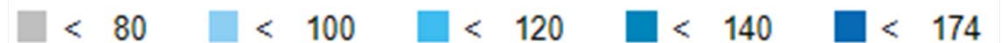
Oberzentrum Osnabrück bleibt mit Handelszentralität von 138 regionaler Einkaufsschwerpunkt

Mittelzentren binden Kaufkraft und haben häufig Handelszentralitäten über 100

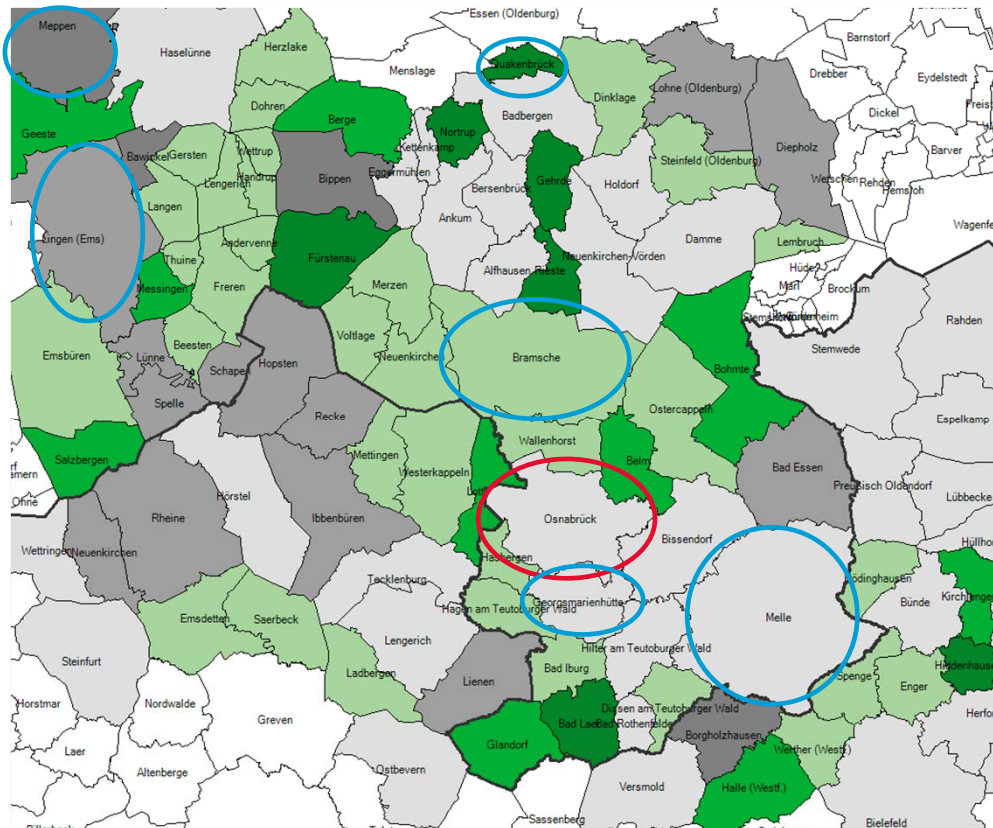
Grundzentren decken vor allem den täglichen Bedarf, erreichen häufig nur Handelszentralitäten kleiner 80

Quelle: MB-Research

Zentralitätskennziffer 2021



Ober- und Mittelzentren verlieren im Corona-Lockdown



Veränderung der regionalen Handelszentralitäten

- Trend zum Einkauf vor Ort (insbesondere in Grundzentren)
- Corona-Einschränkungen halten Kunden vom Besuch der Innenstädte ab (Osnabrück und viele Mittelzentren)

Quelle: MB-Research

Veränderung der Zentralitätskennziffer 2019-2021



Kernergebnisse: Stationärer Einzelhandel



2020 war schwierig

- Leichter Umsatzzuwachs im stationären Einzelhandel trotz Lockdown
- Erhebliche Unterschiede für die einzelnen Sortimente
- Einzelhandel mit Bekleidung besonders betroffen

2021 wird schwieriger (Prognose)

- Geringes Minus beim Umsatz im stationären Einzelhandel
- Lockdown bis April 2021 kann im Jahresverlauf nicht kompensiert werden
- Innenstadt verliert im regionalen Standortwettbewerb gegenüber Umland
- Entwicklung bei Kaufkraft und Umsatz in benachbarten Oberzentren ähnlich

Ergebnisse Quartierscheck

Innenstadtquartiere

Erdgeschossnutzungen



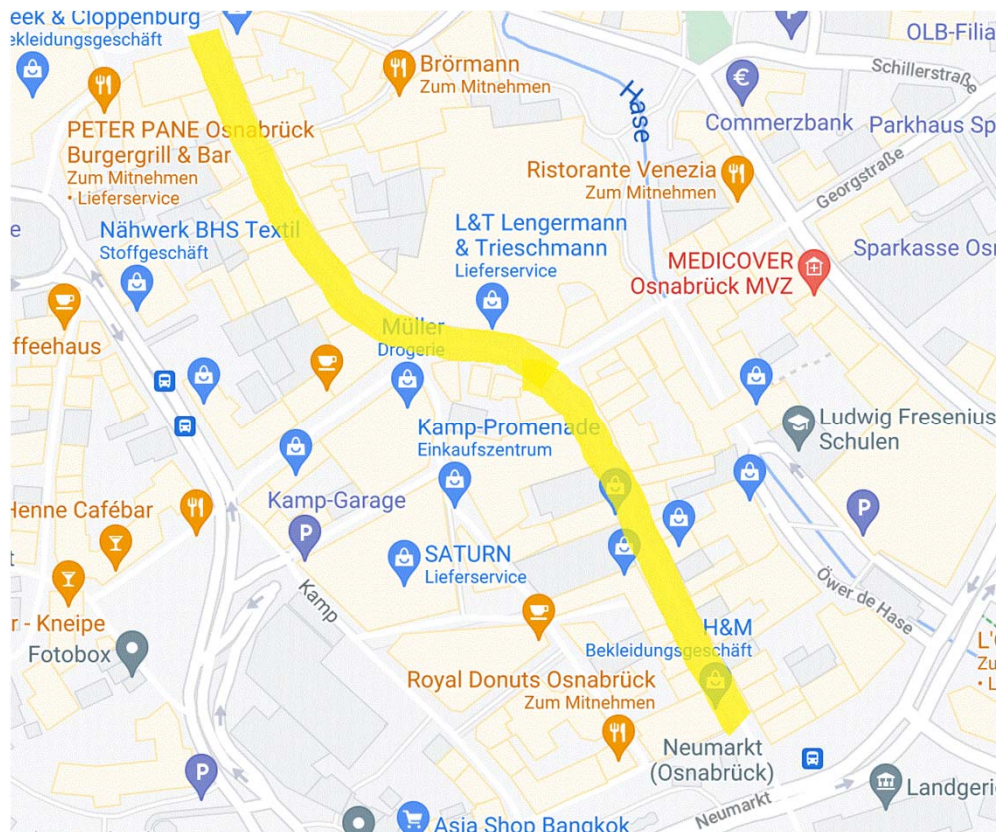
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügungsstätte

- Vollerhebung der Erdgeschossnutzungen ermöglicht zukünftige Entwicklungen besser abzubilden
- NEU: Quartier Neumarkt: dadurch Veränderungen bei den Quartieren Kamp-Promenade und Haseviertel
- Neben Leerstand auch separate Erfassung der Vergnügungsstätten als Indikatoren für Attraktivitätsverlust des Handelsbesatzes

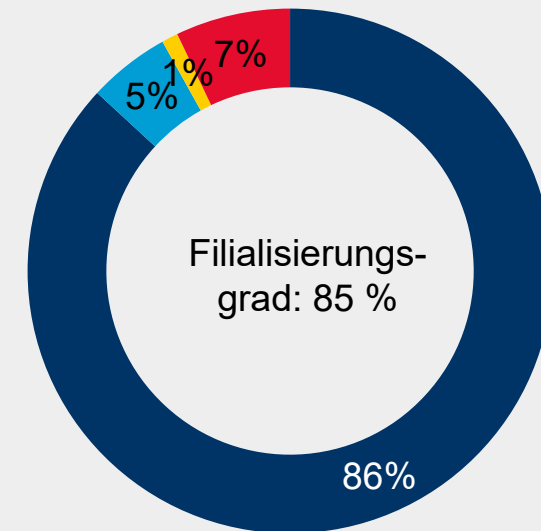
Übersicht Innenstadtquartiere

Quartier	Handel	Gastronomie	Filialisten	Soziale DL	Sonstige DL	Wohnen	Vergnüg.-stätte	Leerstand
Große Straße	86%	5%	85%	0%	1%	0%	0%	7%
Neumarkt	10%	24%	43%	0%	39%	0%	0%	27%
Krahnstraßenviertel	61%	12%	30%	0%	19%	0%	0%	6%
Johannisstraße	42%	16%	15%	4%	24%	0%	3%	12%
Redlinger Straße	37%	39%	14%	0%	11%	8%	0%	5%
Kamp Promenade	59%	21%	56%	0%	16%	0%	0%	5%
Herrenteichstraße	59%	24%	57%	0%	18%	0%	0%	0%
Haseviertel	30%	11%	21%	0%	34%	0%	0%	25%
Altstadt	27%	17%	0%	3%	25%	23%	0%	6%
Hasestraße	38%	25%	5%	0%	33%	0%	2%	3%
Nikolaiort/Domhof	32%	38%	63%	9%	21%	0%	0%	0%
Möserstraße	33%	12%	26%	2%	33%	0%	14%	5%
Vitihof	11%	9%	0%	6%	23%	48%	1%	1%

„Große Straße“ mit höchstem Handelsbesatz



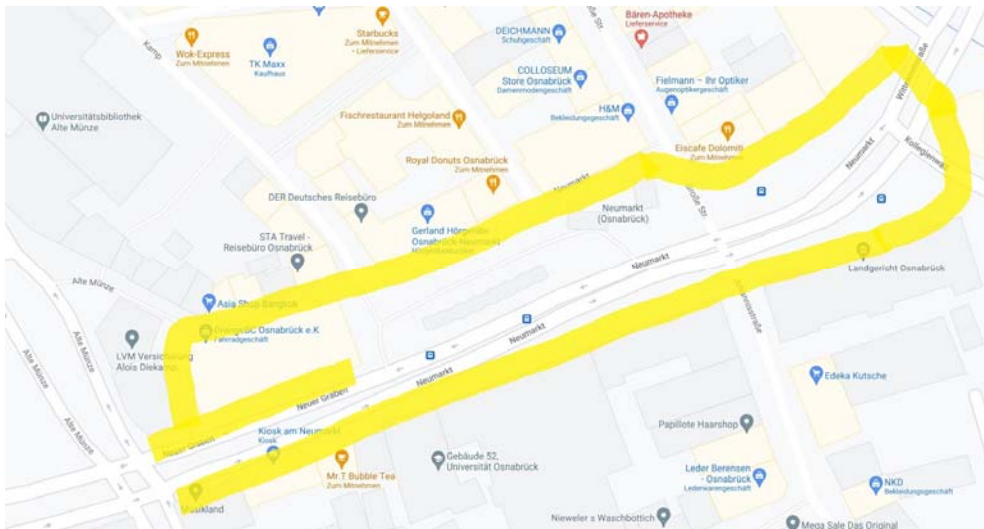
Erdgeschossnutzungen



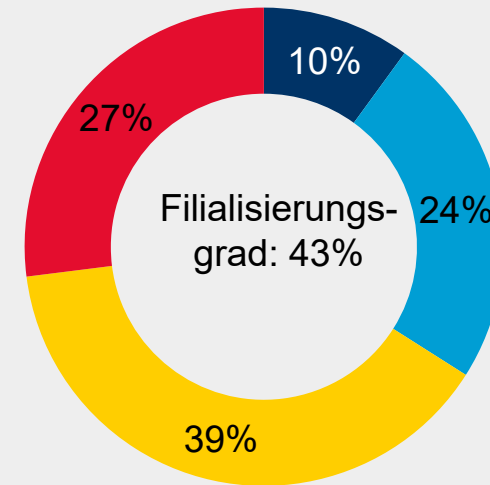
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 73

Neumarkt mit hohem Leerstand



Erdgeschossnutzungen



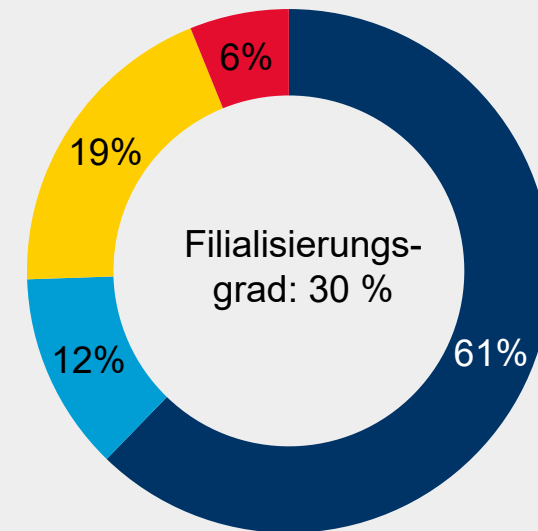
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 40

Krahnstraßenviertel mit hohem Handelsanteil



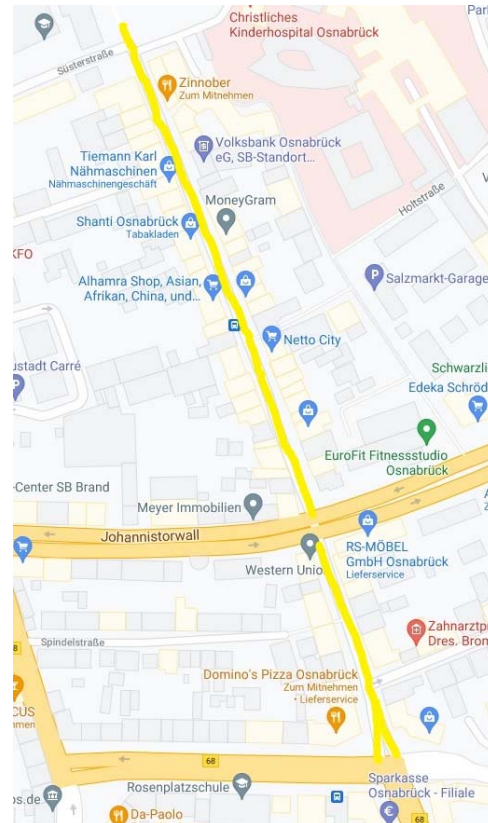
Erdgeschossnutzungen



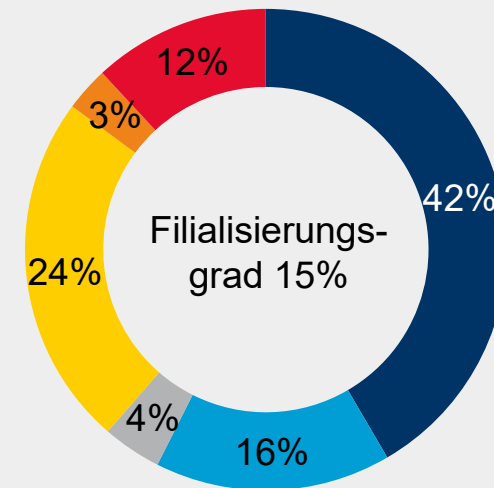
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Soziale DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte

n = 114

Johannisstraße mit hohem Handels- und Dienstleistungsbesatz



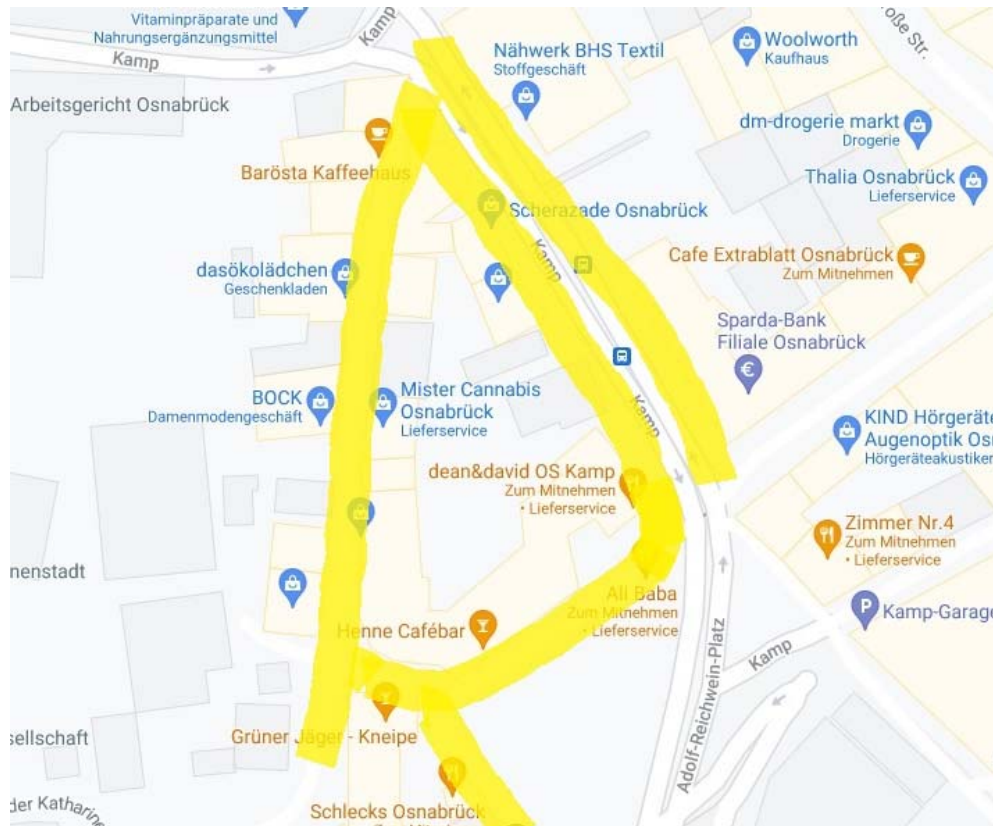
Erdgeschossnutzungen



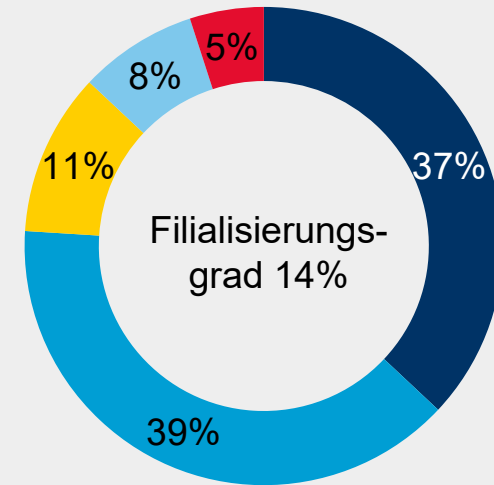
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügungsstätte

n = 139

Redlinger Straße: Quartier mit hohem Gastronomieanteil



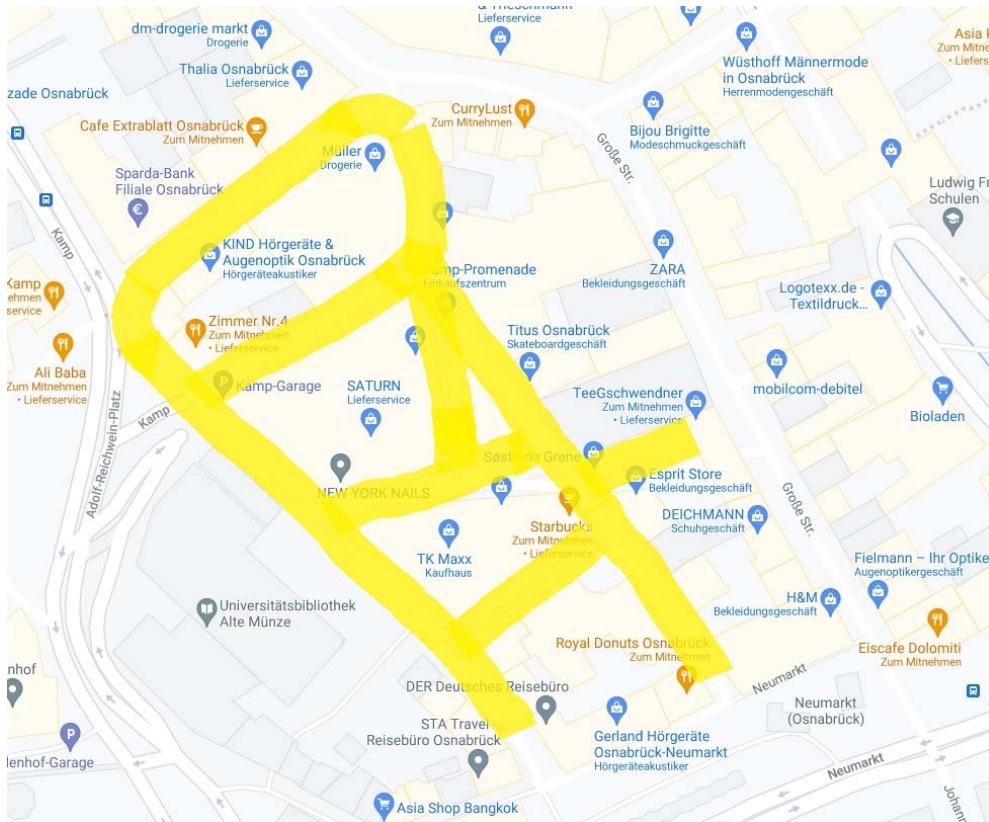
Erdgeschossnutzungen



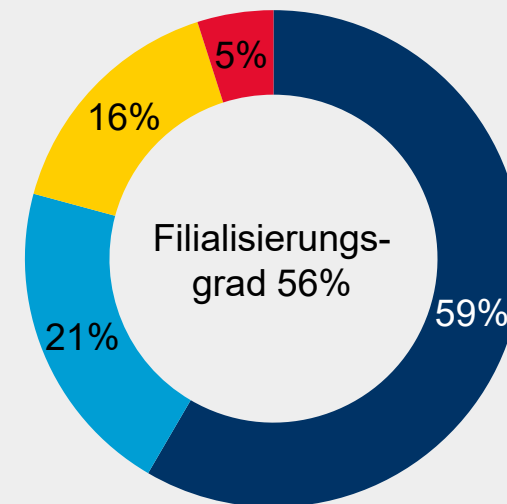
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 38

Kamp-Promenade: abwechslungsreiche Nutzungen



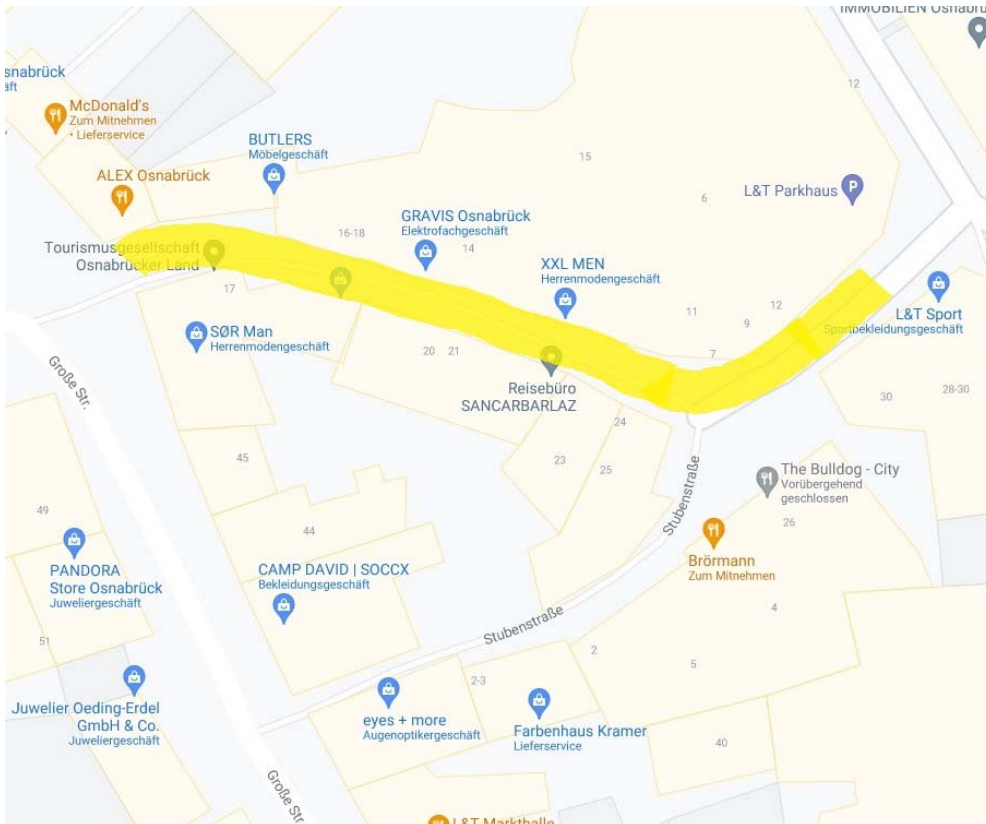
Erdgeschossnutzungen



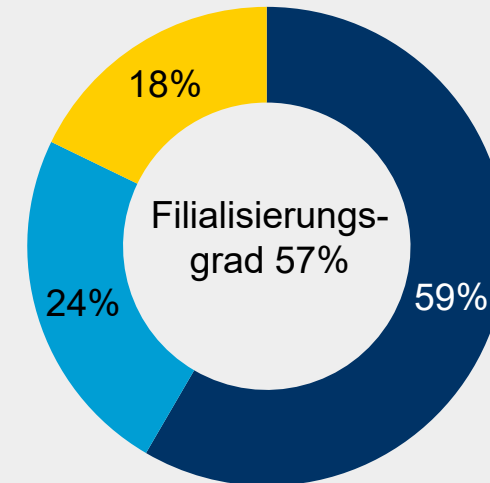
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 56

Herrenteichstraße: kurz, zentral, vielfältig



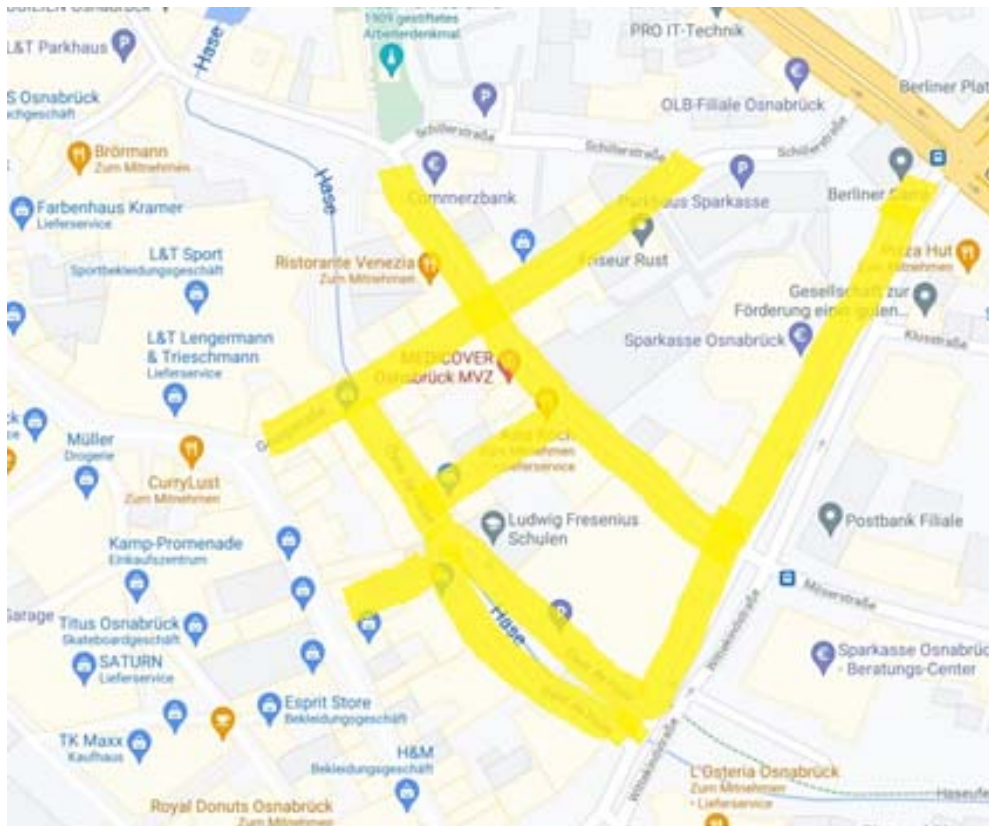
Erdgeschossnutzungen



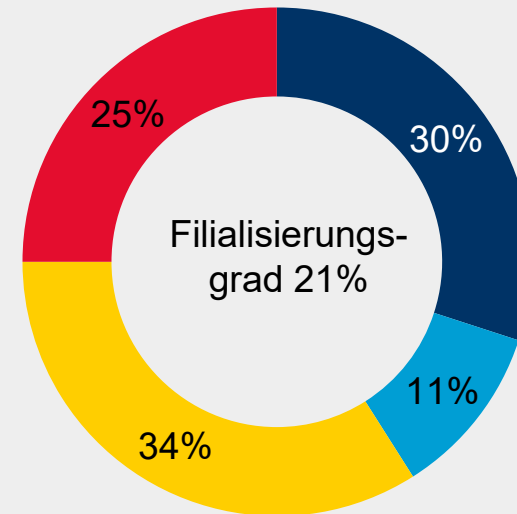
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 17

Hase-Viertel: Leerstand Deutsch-Passage und Möserstraße



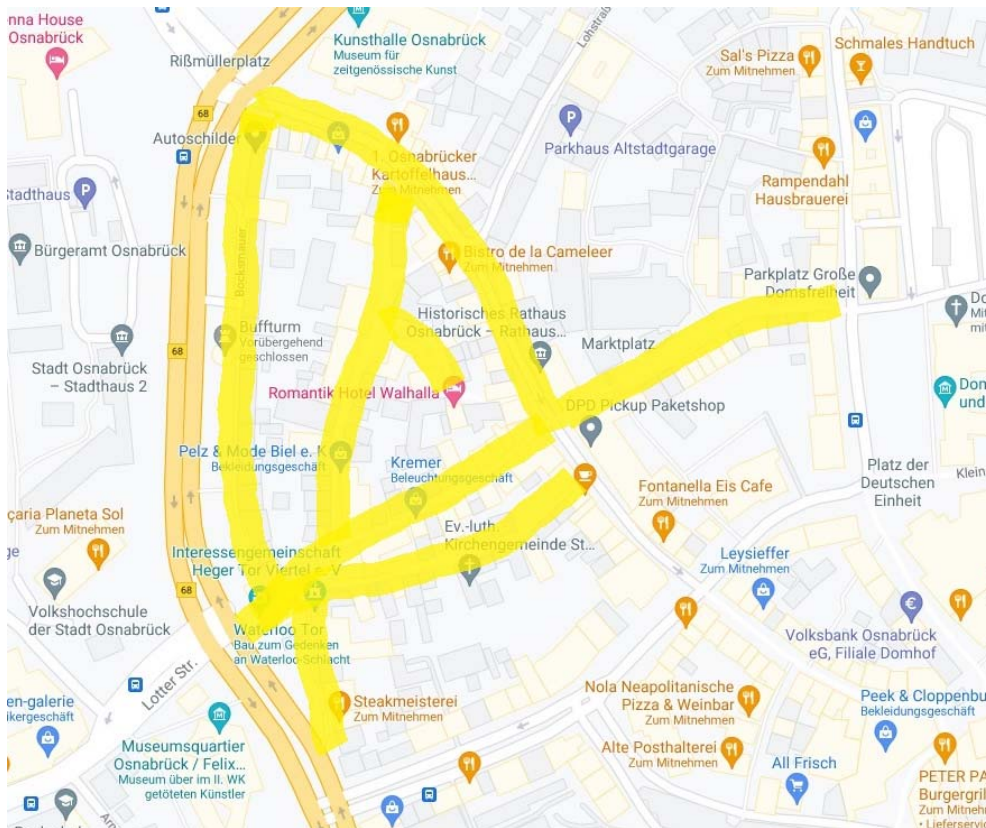
Erdgeschossnutzungen



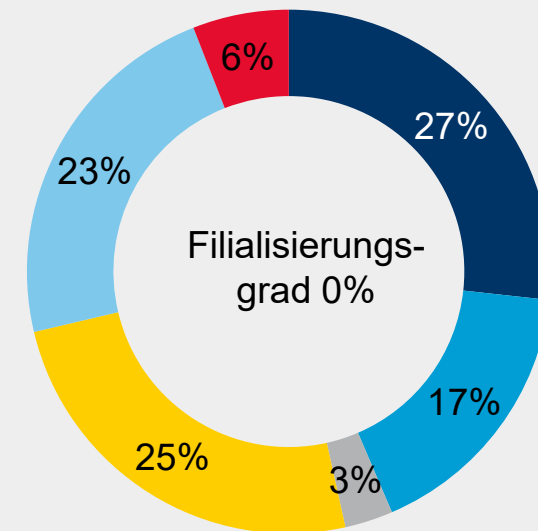
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügungsstätte

n = 71

Altstadt: „Starke“ funktionale Mischung mit Charakter



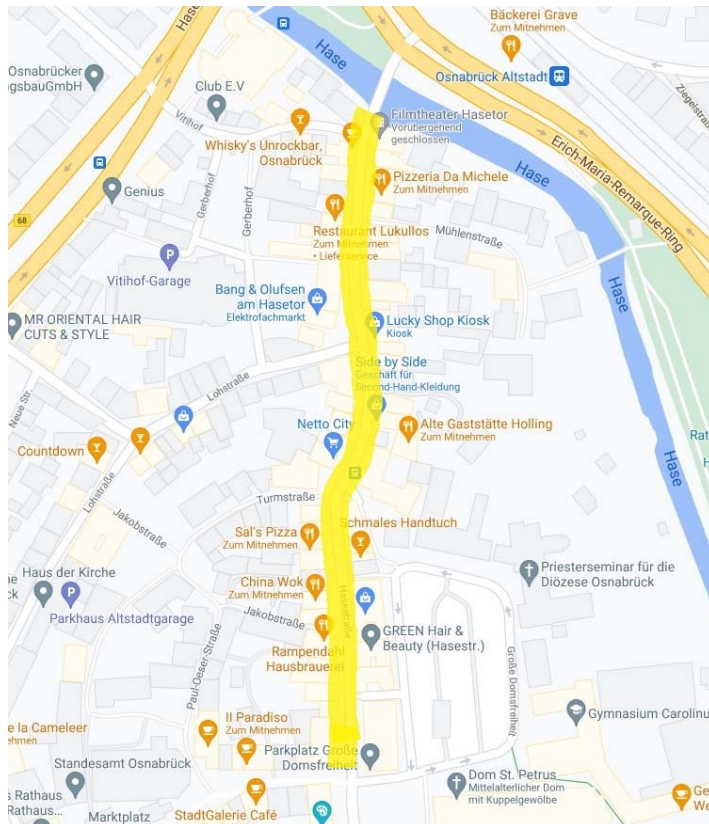
Erdgeschossnutzungen



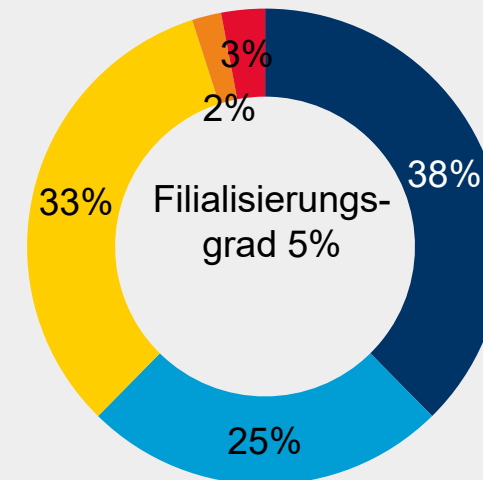
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügungsstätte

n = 151

Hasestraße: Bunte Mischung von Handel und Gastronomie

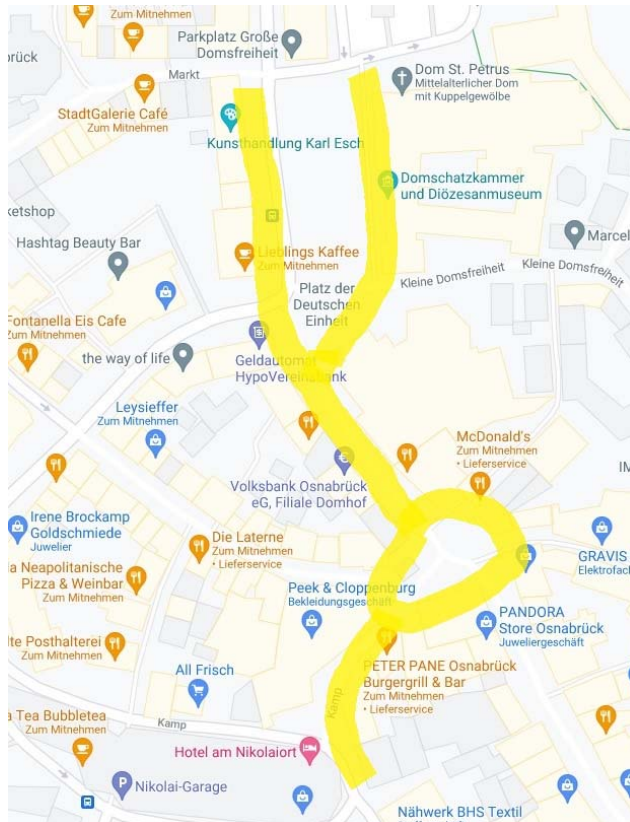


Erdgeschossnutzungen

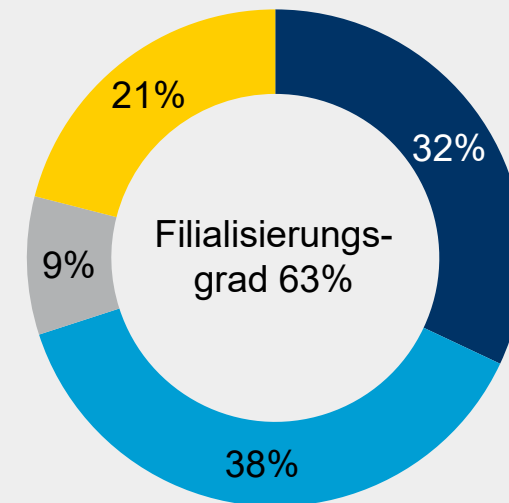


- Handel
 - Gastronomie
 - Soziale DL
 - Sonstige DL
 - Wohnen
 - Vergnügungsstätte
- n = 64

Nikolaiort/Domhof: Schlemmermeile in der Innenstadt



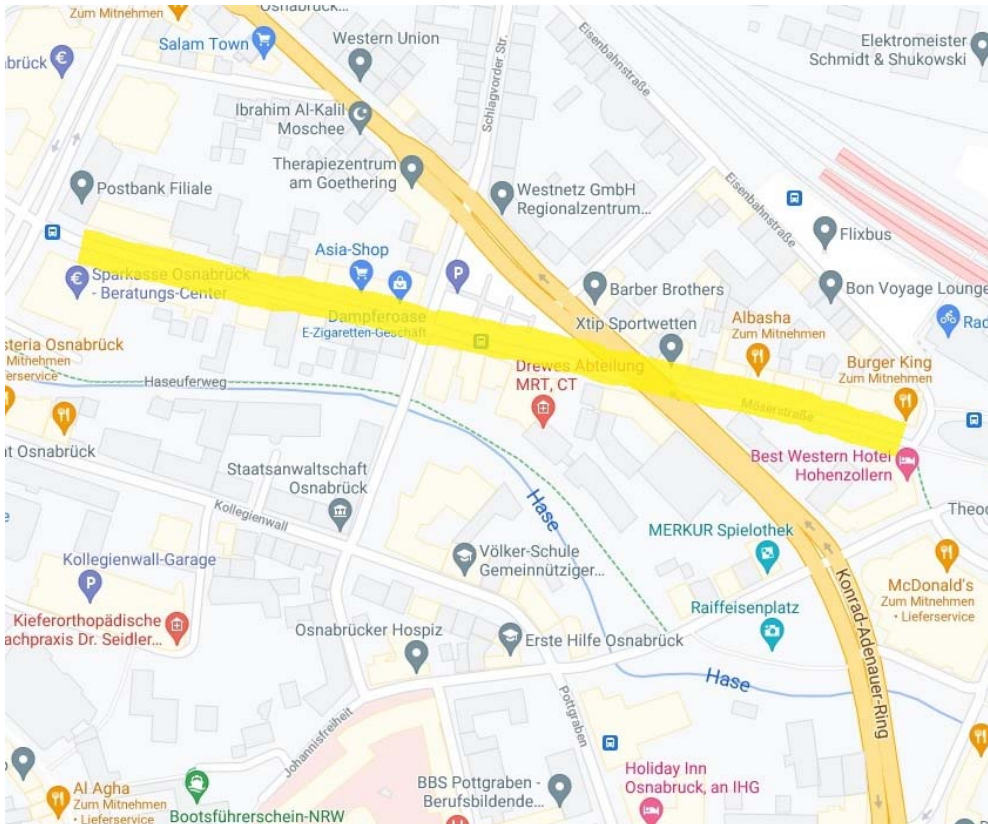
Erdgeschossnutzungen



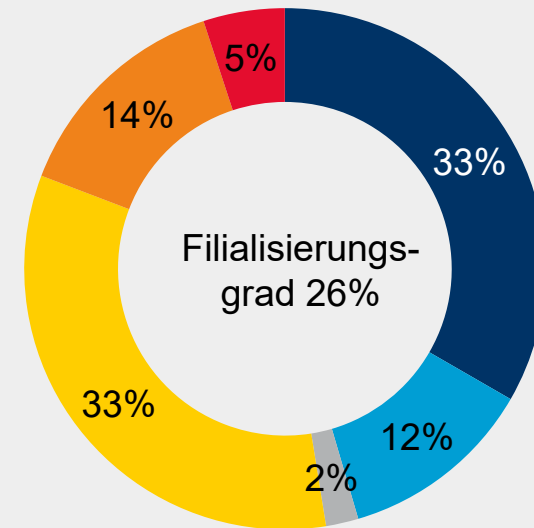
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 34

Möserstraße: Potenzial für Entwicklungen



Erdgeschossnutzungen

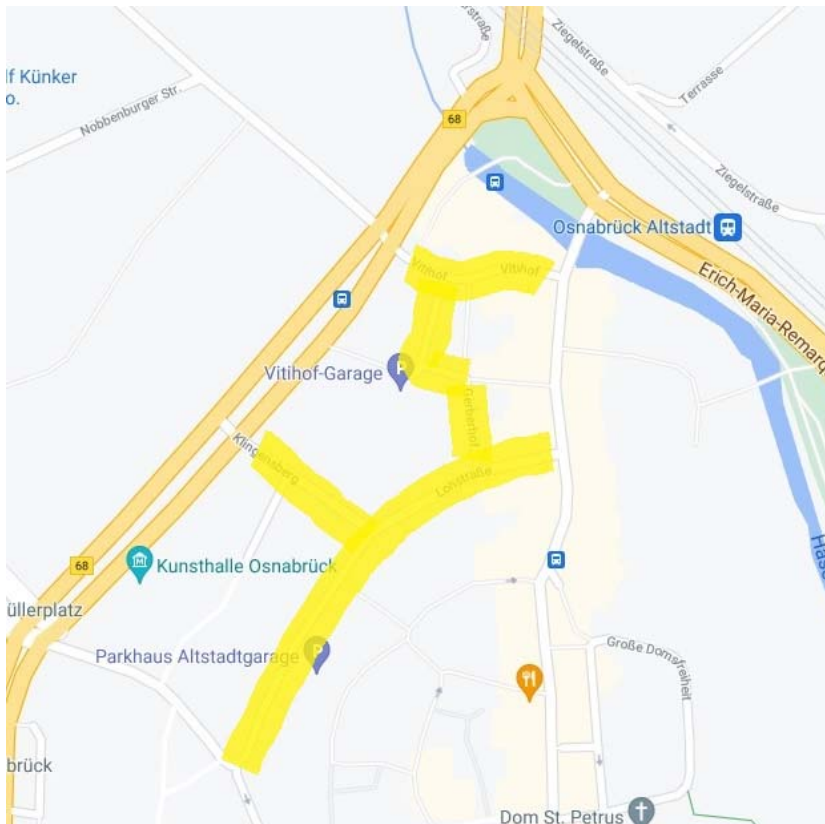


Filialisierungsgrad 26%

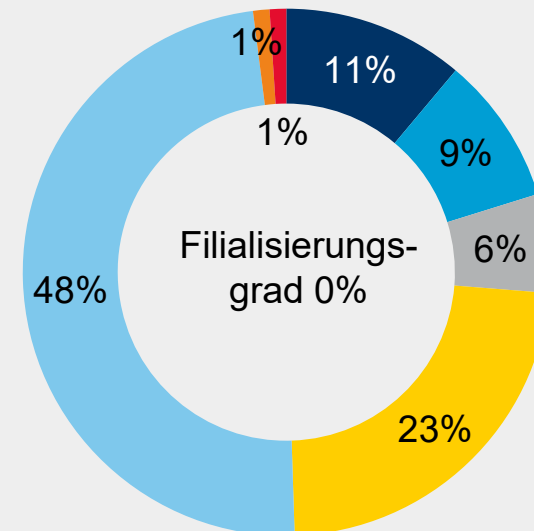
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügungsstätte

n = 42

Vitihof: Wohnen mit kurzen Wegen



Erdgeschossnutzungen



- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügensstätte

n = 65

Multifunktionalität und Individualität sind wichtige Erfolgsfaktoren

Bislang A-Lagen überwiegend von Filialisten belegt

Corona-Pandemie große Herausforderung bei der Innenstadtentwicklung

Filialisten zum Teil mit erheblichen wirtschaftlichen Engpässen, dünnen ihr Filialnetz aus und investieren vermehrt in Online-Vertrieb

Kommunales Leerstandsmanagement: Über zeitlich befristete Zwischennutzungen für ein buntes, vielfältiges Stadtbild sorgen

Neumarkt: Ende des städtebaulichen Missstands zeichnet sich ab

Johannishöfe: Perspektivisch Strahlkraft auf umliegende Quartiere

Individuellen Charakter der Quartiere stärken

Immobilien Eigentümer stärker einbinden

Ergebnisse Quartierscheck

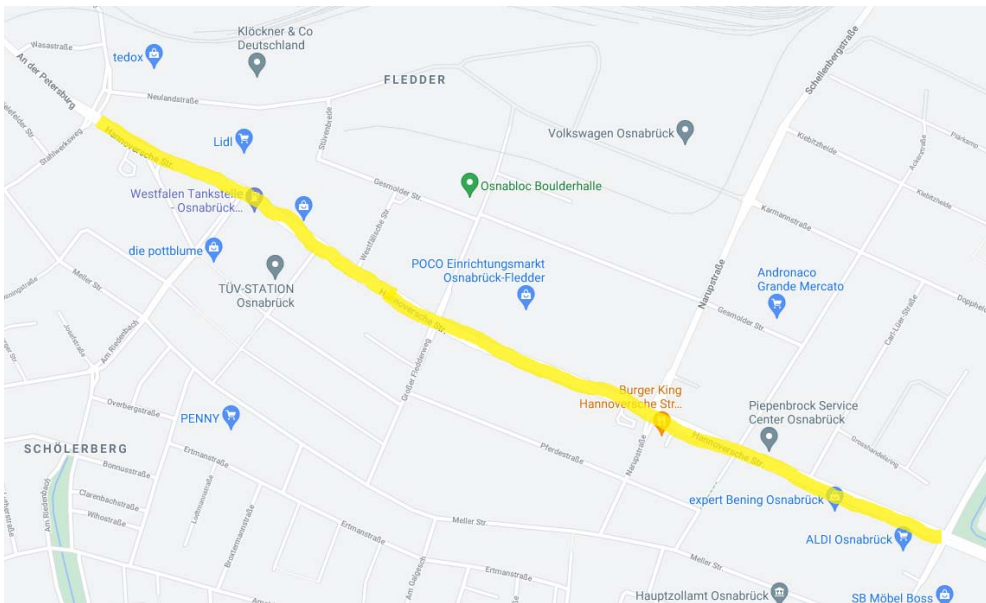
Einfallstraßen

Übersicht Einfallstraßen

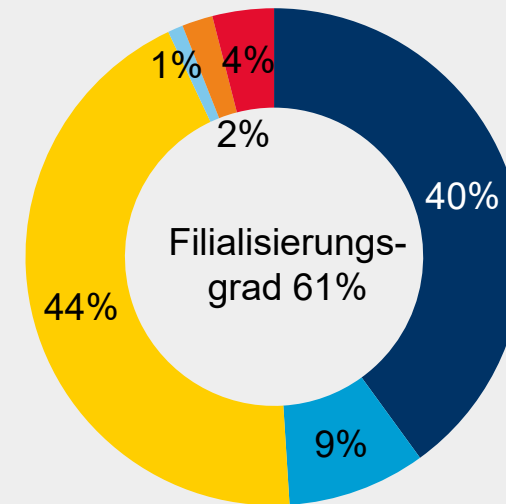


Quartier	Handel	Gastro- nomie	Filialisten	Soziale DL	Sonstige DL	Wohnen	Vergnüg.- stätte	Leer- stand
Hannoversche Straße	40%	9%	61%	0%	44%	1%	2%	4%
Iburger Straße	12%	4%	12%	3%	22%	51%	1%	7%
Lotter Straße	22%	11%	12%	3%	38%	22%	2%	2%
Martinistraße	8%	7%	13%	1%	22%	59%	0%	4%
Pagenstecherstraße	23%	11%	75%	1%	44%	7%	6%	7%

Hannoversche Straße: Großhandel und großfl. Einzelhandel



Erdgeschossnutzungen

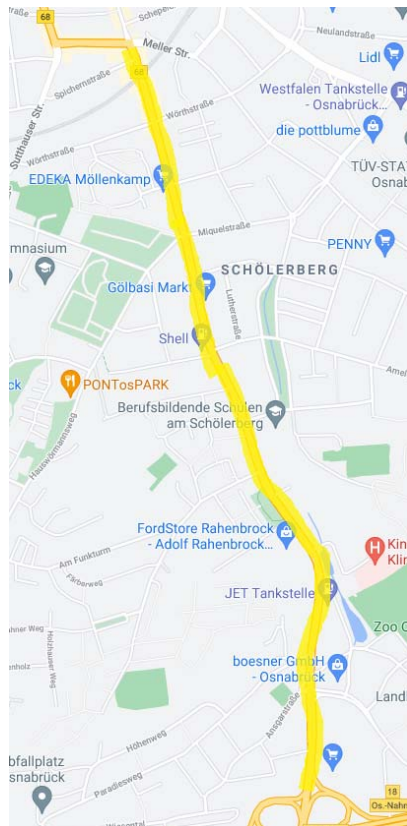


Filialisierungsgrad 61%

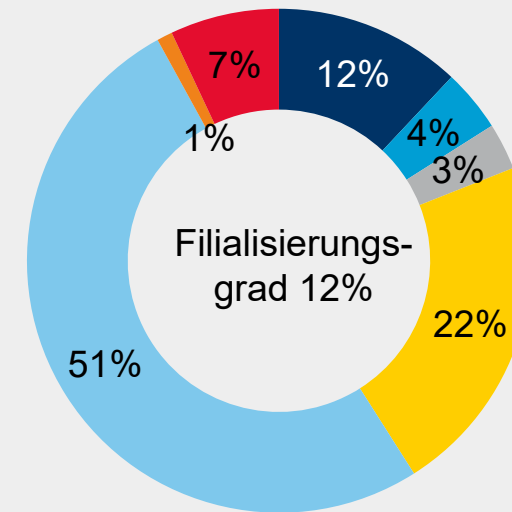
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügungsstätte

n = 91

Iburger Straße mit hohem Wohnanteil



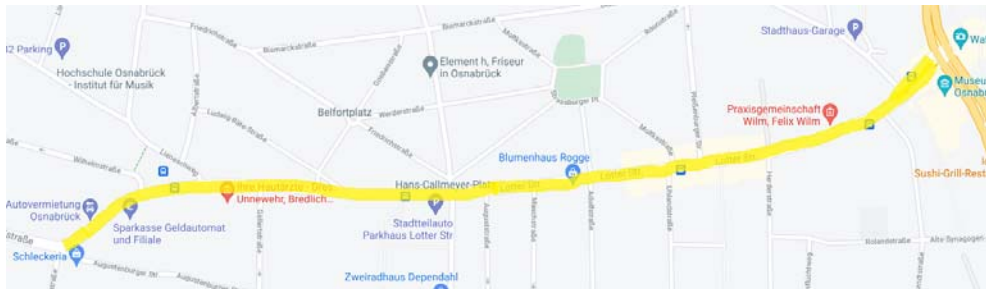
Erdgeschossnutzungen



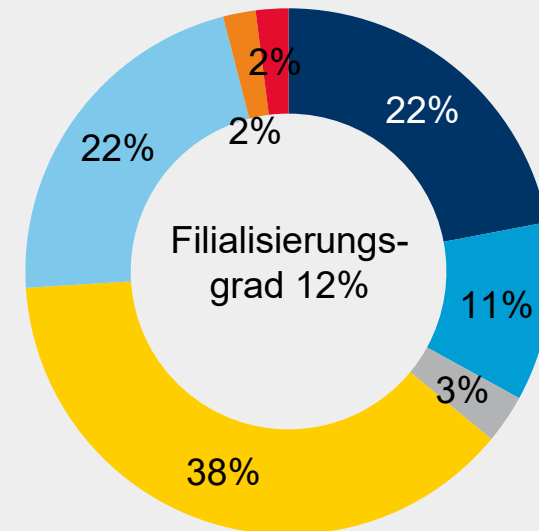
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügungsstätte

n = 217

Lotter Straße: Die Mischung macht's, viele Arztpraxen



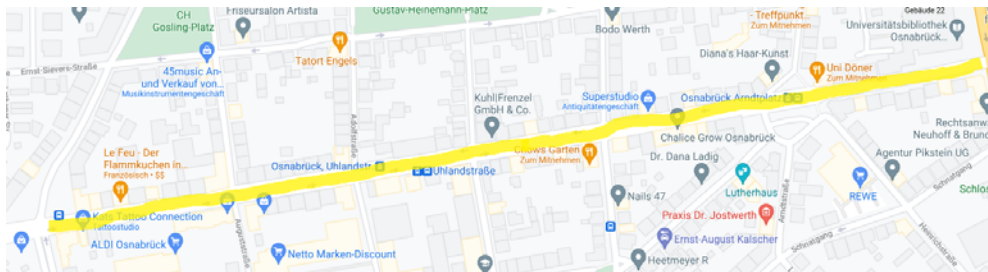
Erdgeschossnutzungen



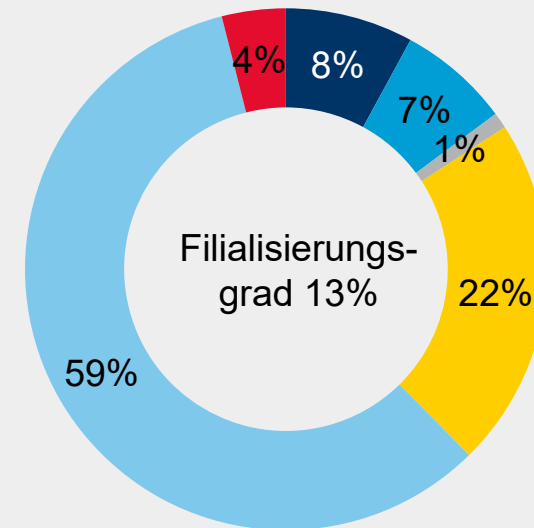
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 133

Martinstraße: Einfallstraße mit hohem Wohnanteil



Erdgeschossnutzungen

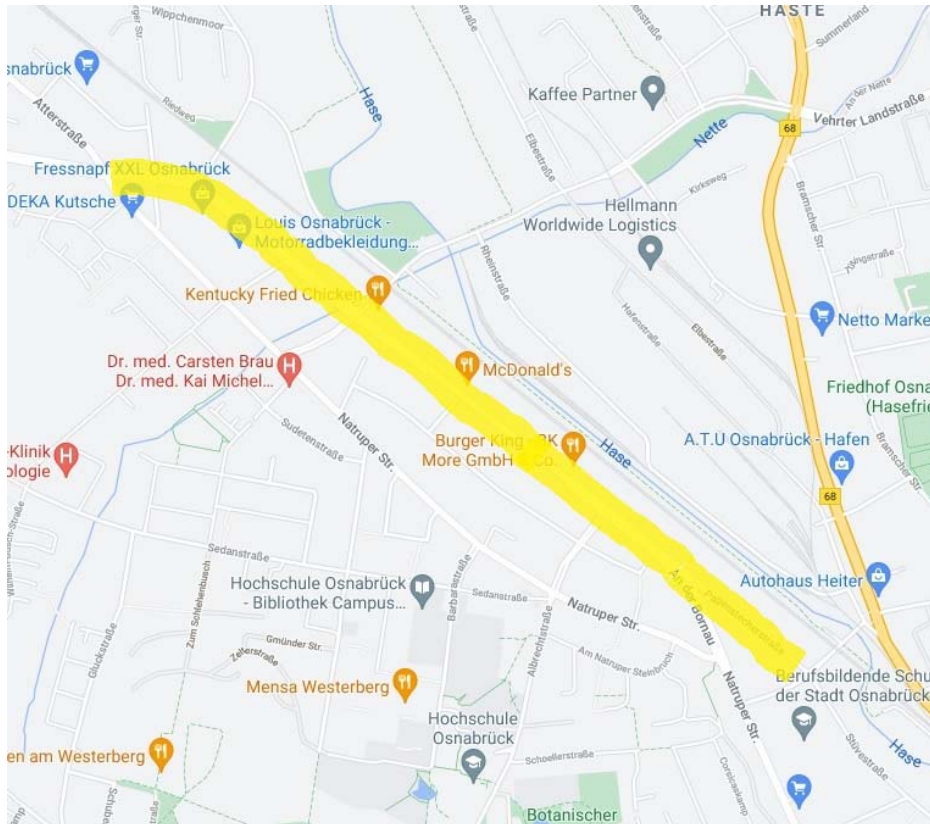


Filialisierungsgrad 13%

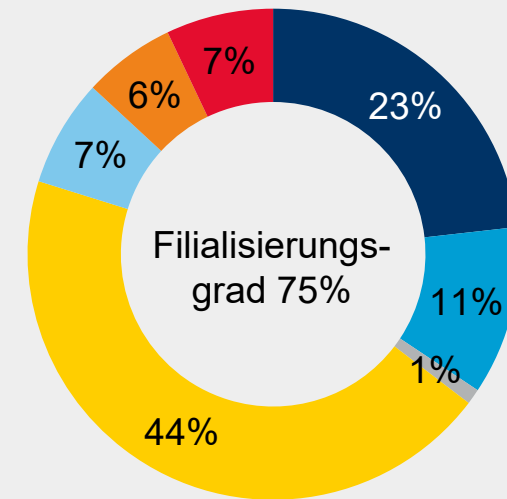
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 102

Pagenstecherstraße: Großhandels- und Automeile



Erdgeschossnutzungen



Filialisierungsgrad 75%

- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 94

Einfallstraßen

- ... mit verschiedenem Charakter und wichtigen Versorgungsfunktionen
- ... mit überwiegend anderen gewerblichen Funktionen als Innenstadtquartiere
- ... haben wichtige Funktion für die Nahversorgung der umliegenden Stadtteile
- ... hohe Bedeutung für die verkehrliche Erreichbarkeit der Innenstadt

Beispiele:

- Pagenstecherstraße: Großhandelsbetriebe und Autohäuser
- Martinistraße: Wohnen und Universität
- Lotter Straße: Gesundheitsdienstleistungen und Arztpraxen



Passantenmonitor

Beitrag mO. Marketing Osnabrück GmbH (siehe separate Präsentation)



Leerstandsmonitor

Beitrag mO. Marketing Osnabrück GmbH (siehe separate Präsentation)

Handlungsempfehlungen

Kurzfristig (post Corona)

Initiativen zur Stärkung der „Ökosystems Innenstadt“ umsetzen (z. B. Stadtgutschein, Innenstadt-Wettbewerbe, Veranstaltungen)

Nutzungsvielfalt und Individualität in der Innenstadt erhalten und sichern (Gastronomie, Kultur und Dienstleistungen)

Aufenthaltsqualität verbessern, u. a. durch attraktiven öffentlichen Raum („Sauberkeit und Sicherheit“), Stadtmöblierung, freies WLAN

Leerstand und Geschäftsflächen „managen“

Aktuelle Fördermöglichkeiten nutzen (z. B. Sofortprogramm „Perspektive Innenstadt“)

Mittel-/Langfristig (Strukturwandel)

City- und
Quartiersmanagement
ausbauen

Trading down durch
angemessene und schnelle
Nachnutzung vermeiden

Städtebau und Funktionen der
Quartiere mit BID-Förderung
stärken (Niedersächsischen
Quartiersgesetz)

Digitale Sichtbarkeit im Handel
fördern

Verzahnung von E-Commerce
und Innenstadthandel fördern

Runden Tisch
Immobilienwirtschaft
reaktivieren

Kurzfristig

Vorgaben der Bauleitplanung
und der Raumordnung
konsequent anwenden

Attraktive Nachnutzungen
zentral gelegener Flächen
zulassen (nicht nur für den
Handel)

Schnelle Umsetzung von
Investitionen durch zeitnahe
Bearbeitung und Genehmigung
ermöglichen

Fördermittel für die Beseitigung
städtebaulicher Missstände
akquirieren

Mittel-/Langfristig (Strukturwandel)

Zentrale Versorgungsbereiche
überarbeiten/enger fassen

Großflächige
Einzelhandelsprojekte
zentrenverträglich gestalten

Osnabrücker Liste der
innenstadt-relevanten
Sortimente weiterentwickeln

Kurzfristig

Verkehrsfluss durch intelligente Ampelschaltungen optimieren („grüne Welle“)

Ausreichend Parkraum für den motorisierten Individualverkehr sicherstellen

Parkgebühren standortangemessen gestalten

Leihsysteme für Fahrräder, Roller und PKW einrichten und ausbauen

Baustellenkommunikation und -management verbessern, Baumaßnahmen besser koordinieren und schneller durchführen

Mittel-/Langfristig (Strukturwandel)

Park+Ride-Angebot ausbauen	Attraktives und emissionsarmes ÖPNV-Angebot sicherstellen (Bus/Schiene)	Taktung im ÖPNV verdichten, Stadt-/Umlandverknüpfungen optimieren
Tempo 30 auf Hauptstraßen vermeiden	Sichere Fahrradwege abseits der Hauptstraßen und Fahrradparkplätze schaffen	Durchgangsverkehr durch Lückenschluss A 33 Nord reduzieren / B 68 verlegen

Ansprechpersonen



Anke Schweda

**Geschäftsbereichsleiterin
Standortentwicklung**
schweda@osnabrueck.ihk.de



Alexander Illenseer

Marketing Osnabrück GmbH
marketing@osnabrueck.de

Bildnachweis Kartenmaterial:
Google maps



osnabrueck.ihk24.de



osnabrueck.ihk24.de/newsletter



Anhang

Projektbeschreibung



Akteure: Der „Handelsmonitor Osnabrück“ ist eine Gemeinschaftsstudie der Marketing Osnabrück GmbH (mO.), Osnabrücker City Marketing e.V. (OCM) und der Industrie- und Handelskammer Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim (IHK).

Ziele: Ziel ist eine bessere Positionierung des Osnabrücker Einzelhandels durch laufende Marktbeobachtungen. Der Handelsmonitor wird alle zwei Jahre aktualisiert. Auch ein Vergleich von Städten mit vergleichbarer Einzelhandelsstruktur wird dadurch möglich. Dadurch wird die Basis einer strategischen Weiterentwicklung und Attraktivitätssteigerung der gesamten Osnabrücker Einzelhandelslandschaft geschaffen.

Methodik: Neben der Auswertung von Branchenkennziffern und statistischen Daten wird ein Blick auf die Handelsstruktur einzelner Quartiere geworfen. Mit diesem „Quartierscheck“, der im Mai 2021 durchgeführt wurde, sowie einem Passantenmonitor wird ein Fokus auf Handlungsfelder für ausgewählte Geschäftsstraßen vor Ort ermittelt.

Themen: Die in der Analyse und Interpretation eingesetzten Methoden werden so angewendet, dass eine fortlaufende Aktualisierung zur strategischen Weiterentwicklung ermöglicht werden kann („Monitoring“- Prinzip). Mit Hilfe der Aktualisierungen und der Berücksichtigung von „Sonderthemen“ können Zielgruppen und Markttrends erfasst und Branchendaten aufbereitet werden.

Perspektiven: Durch die Bündelung von Daten, Fakten und Wissen der lokalen Akteure soll ein lebendiges Monitoring-Instrument für die systematische Weiterentwicklung des Oberzentrums Osnabrück dauerhaft etabliert werden. Die Ergebnisse werden jeglichen Interessenten öffentlich zur Verfügung gestellt

Abgrenzung Nutzungsarten



Handel: Apotheken, Bäckereien, Kiosk, 1€ Shop, Bekleidung, Schuhe, Telekom, Copy-Shop, Fotostudio, Optiker etc.

Gastronomie: Café, Restaurant, Shisha-Bar etc.

Soziale Dienstleistungen: Kita, Beratungsstellen, Familienbildungsstätte, Kirche, Pfarrbüro etc.

Sonstige Dienstleistungen: Versicherungen, Reisebüro, Tankstelle, Fitnessstudios, Kino, Kultureinrichtungen, Hotel, Bibliothek, alle öffentlichen Dienstleistungen, Musikschule, Änderungsschneiderei, Handwerker etc.

Wohnen

Vergnügungsstätte: Spielhalle, Wettbüro, Bordelle

Leerstand (zum Zeitpunkt der Erhebung)

Nicht zu erfassen: Türen zu Treppenhäusern für Ober-/Kellergeschosse, Personaleingänge

Räumliche Abgrenzung PLZ 49074

