



# Handelsmonitor Osnabrück

Vorstellung am 2. Juli 2025



## Handelsmonitor Osnabrück 2025

**Kennzahlen-  
analyse**

IHK

**Quartierscheck**

IHK

**Passanten-  
monitor**

mO.

**Leerstands-  
monitor**

mO.

**Handlungsfelder 2025+**

Deutschland:  
Onlinehandel nimmt  
wieder an Dynamik zu

Osnabrück:  
Umsatzentwicklung bleibt  
hinter Kaufkraft zurück

Osnabrück:  
Verändertes Einkaufs-  
verhalten betrifft  
insbesondere die  
Innenstadtsortimente

Filialisten kehren in  
Top-Lagen zurück

Leerstände nehmen in  
B- und C-Lagen zu

Investitionsstau  
beeinträchtigt Stadtbild und  
Gewerbebestand

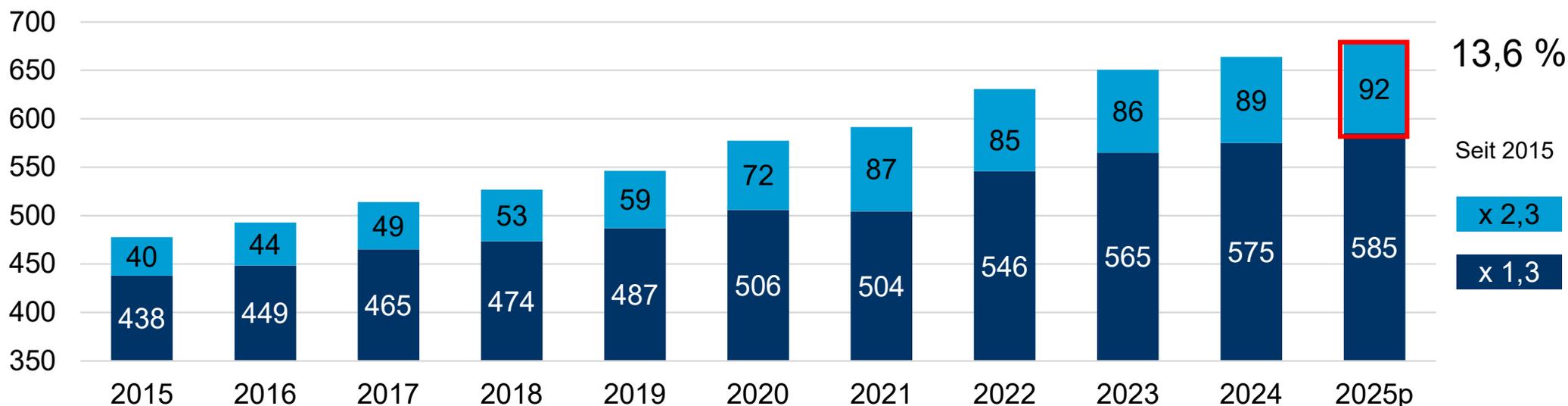


- I. Deutschland
- II. Stadtgebiet Osnabrück
- III. Innenstadt Osnabrück
- IV. Regionale Zentralitäten
- V. Osnabrück und andere Oberzentren
- VI. Zwischenfazit und Handlungsempfehlungen



# Kennzahlenanalyse Deutschland

# Einzelhandel: Stationär und online mit unterschiedlicher Dynamik



Umsatz in Mrd. Euro

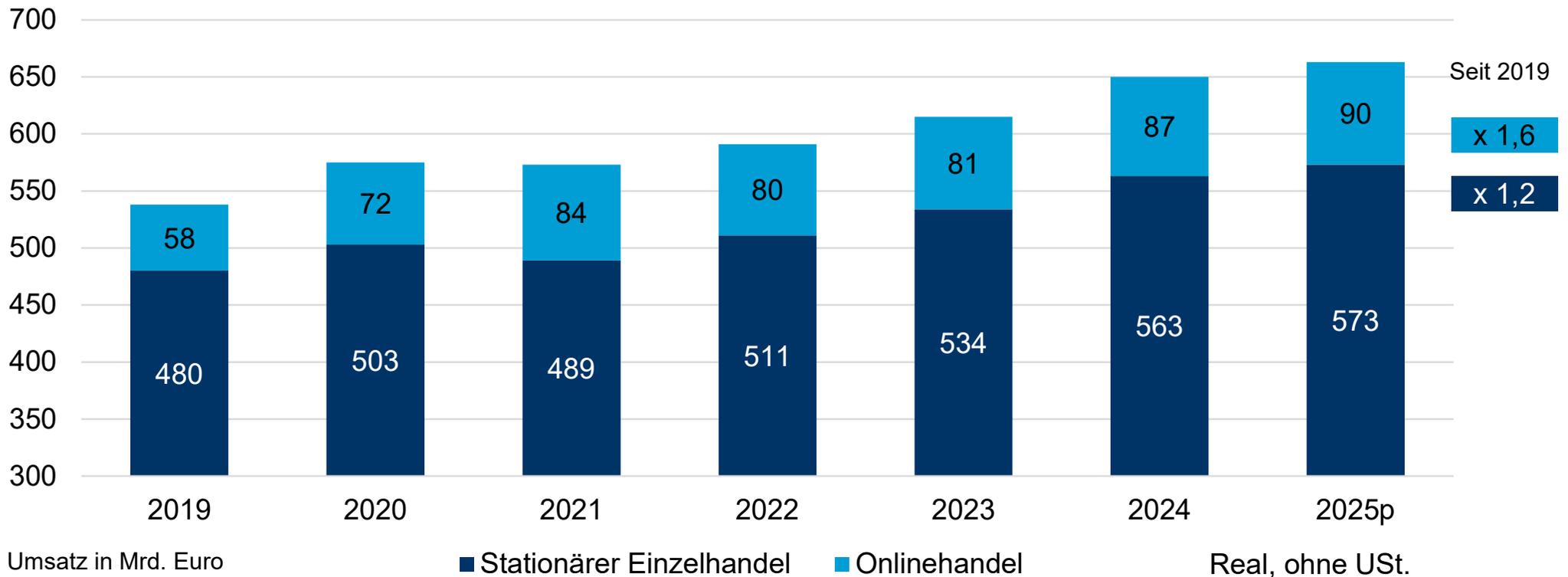
■ Stationärer Einzelhandel ■ Onlinehandel

Nominal, ohne USt.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025p
Stationärer Handel	+4,4 %	+3,1 %	+4,2 %	+2,0 %	+2,3 %	+3,9 %	-0,4 %	+3,5 %	+2,4 %	+1,8 %	+1,7 %
Onlinehandel	+12,1 %	+10,8 %	+10,2 %	+10,1 %	+9,1 %	+20,7 %	+20,8 %	-2,3 %	+1,0 %	+3,5 %	+3,4 %
Inflationsrate	+0,5 %	+0,5 %	+1,5 %	+1,8 %	+1,4 %	+0,5 %	+3,1 %	+6,9 %	+5,9 %	+2,2 %	+2,1 %

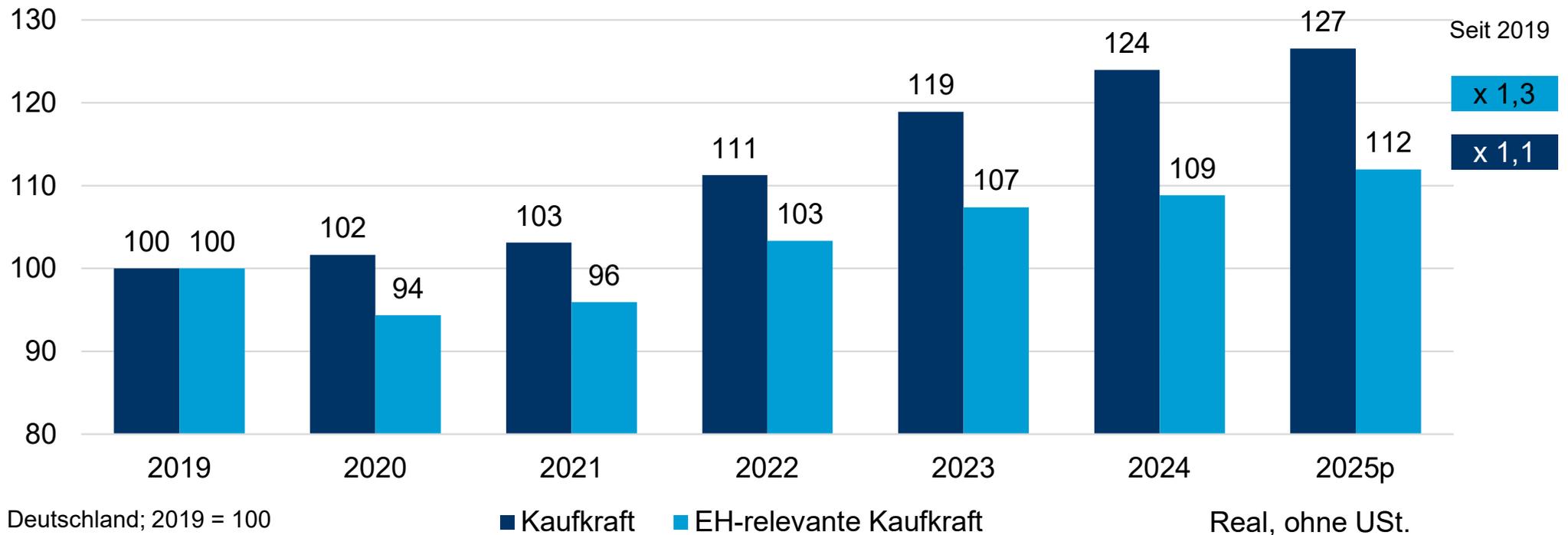
Quellen: DESTATIS, IFH/HDE-Online-monitor 2025, Statista

# Online-Umsätze steigen seit 2022 wieder an



Quellen: DESTATIS, IFH/HDE-Onlinemonitor 2025; eigene Berechnungen

# Aber: Einzelhandelskaufkraft bleibt gegenüber Gesamtkaufkraft zurück



Quellen: MBR 2019 – 2025; eigene Berechnungen



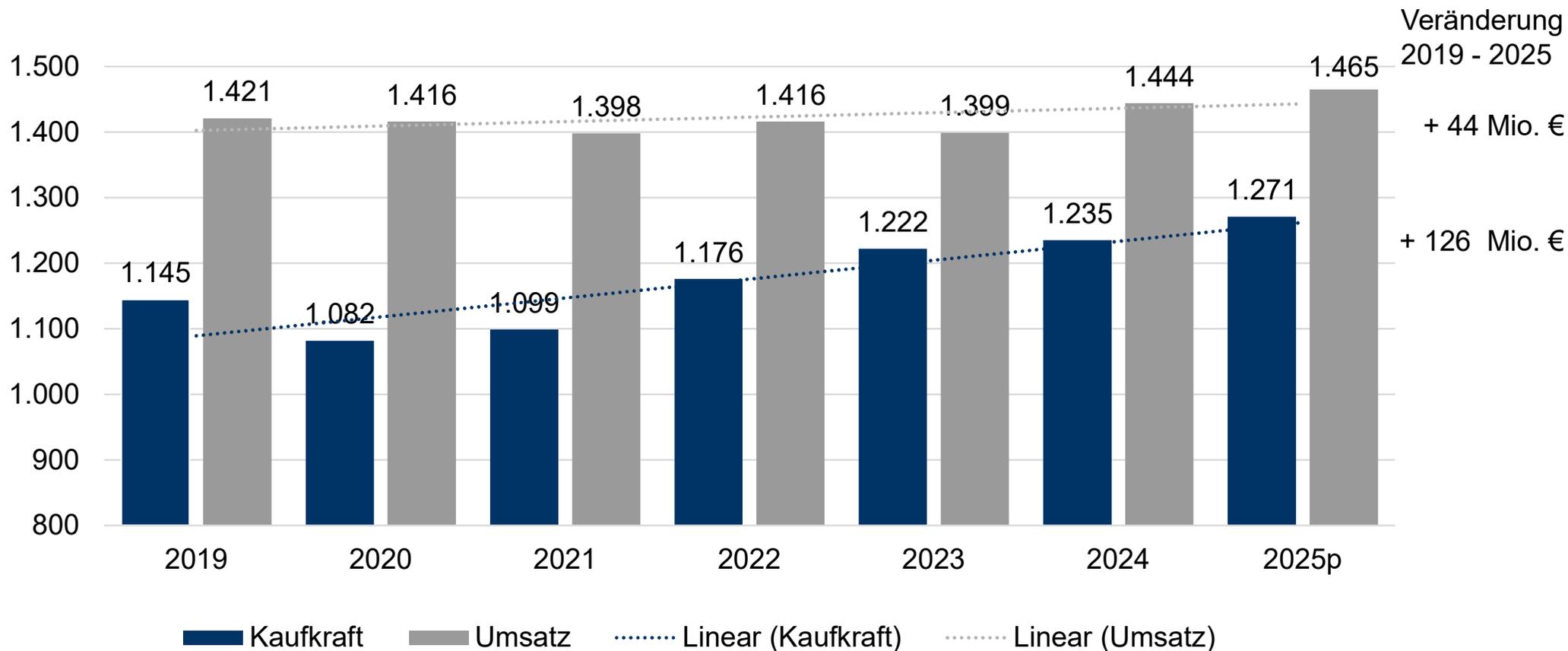
# Kennzahlenanalyse Stadtgebiet Osnabrück

## Methodische Grundlage für Osnabrück: Postleitzahlen



- Analyse der Kennzahlen über Postleitzahlen durch MB-Research
- Umsatz der Stadt Osnabrück (Stadtgebiet) für die Postleitzahlen 49074, 49076, 49078, 49080, 49082, 49084, 49086, 49088, 49090
- Innenstadt Osnabrück und Stadtteil Gartlage: 49074

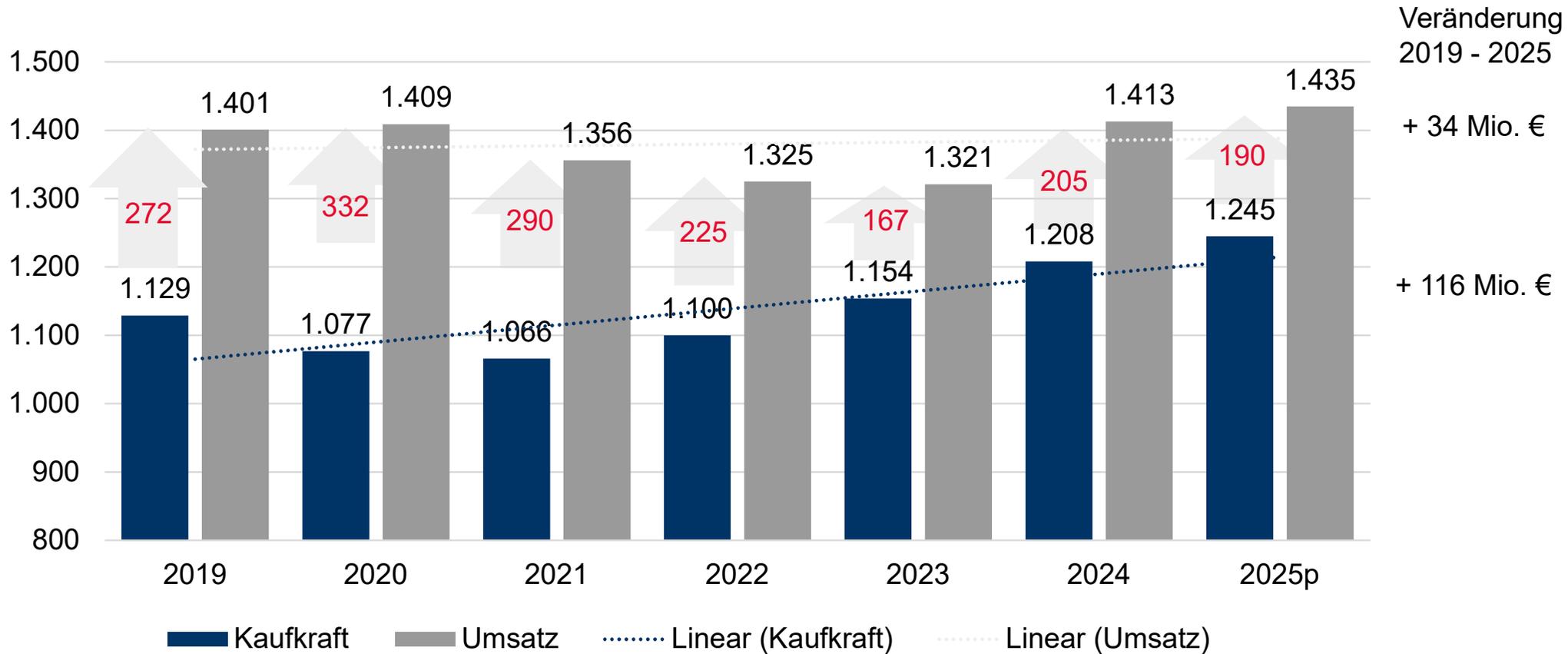
# IST-WERTE-Trends nominal: Kaufkraft und Umsatz nehmen zu



in Mio. Euro, nominal

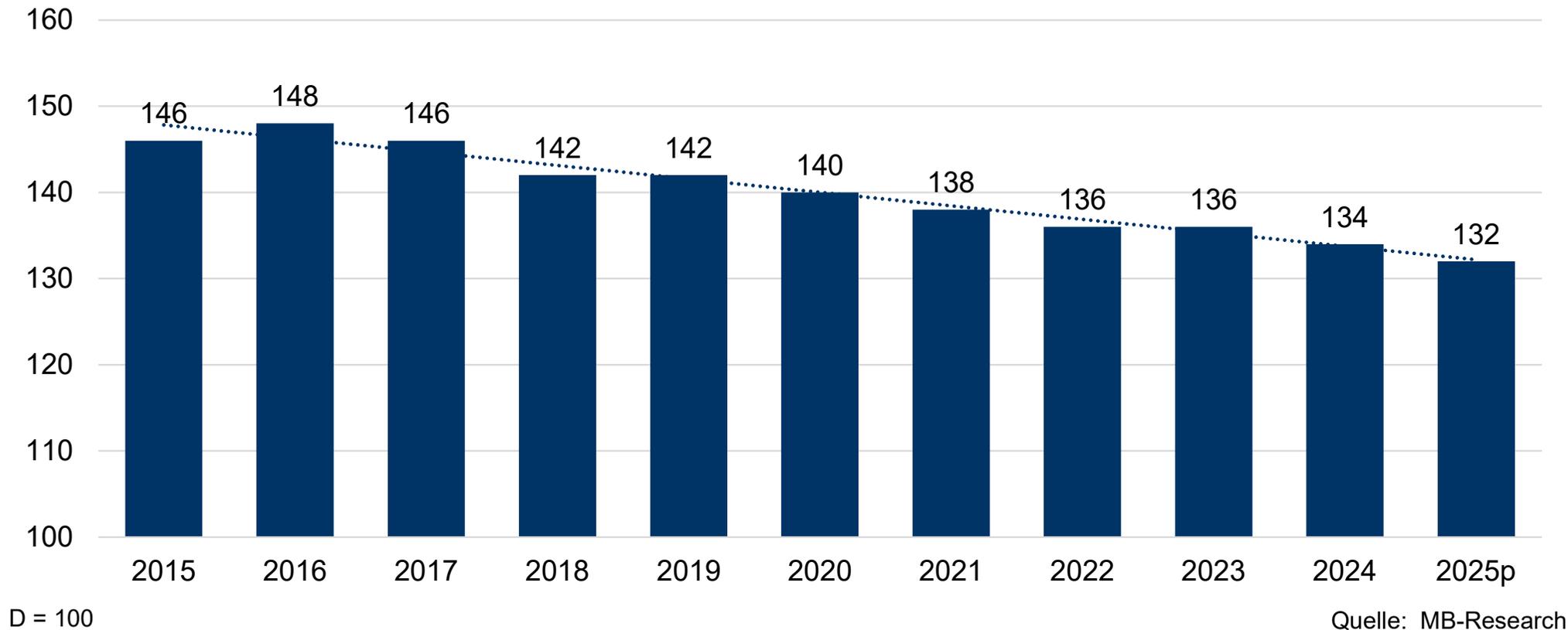
Quelle: MB-Research 2019 - 2025

# IST-WERTE Trends real: Nur leichte Umsatzerholung bei steigender Kaufkraft



in Mio. Euro, real

## Trend negativ: Einzelhandelszentralität seit 2016 rückläufig



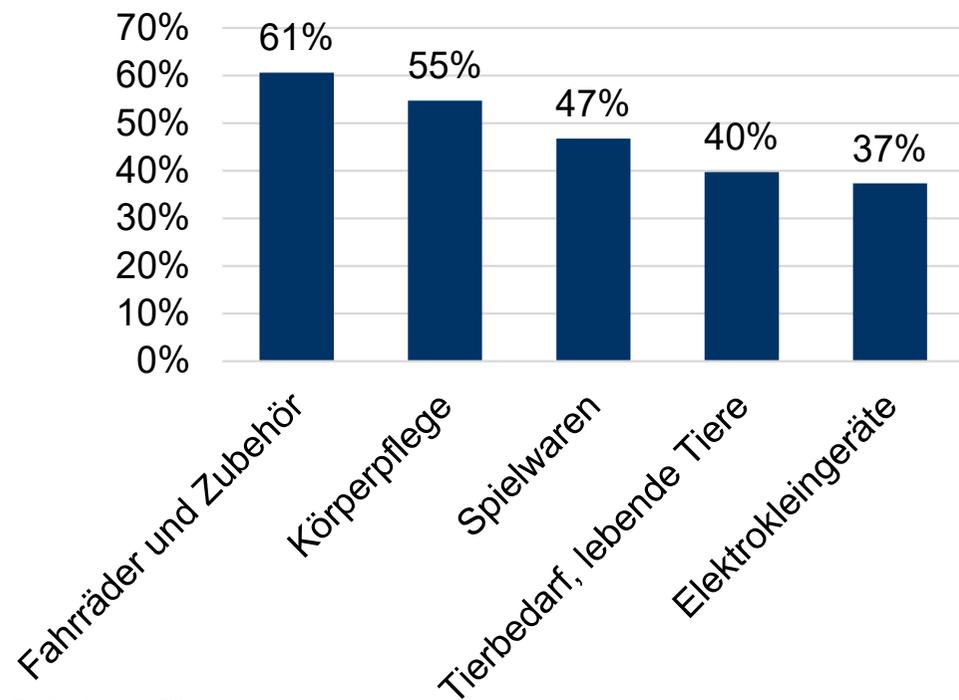


# Exkurs Veränderungen der lokalen Kaufkraft

# Veränderungen im Konsumverhalten führen zu Kaufkraftverschiebungen

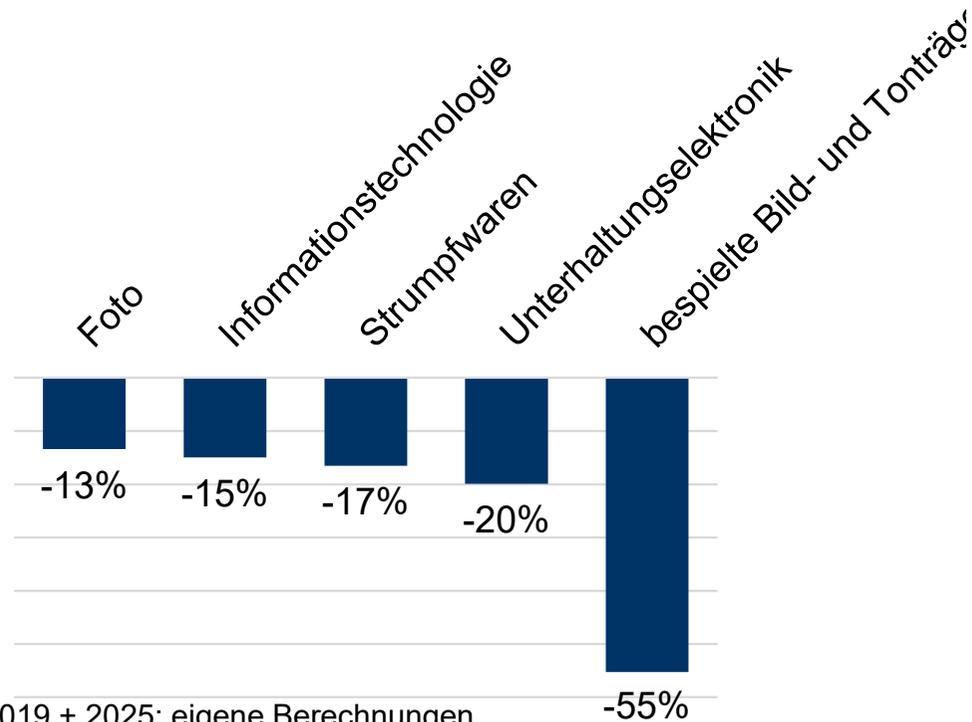


### Höchste Zuwächse 2019 - 2025



Relativ; in %

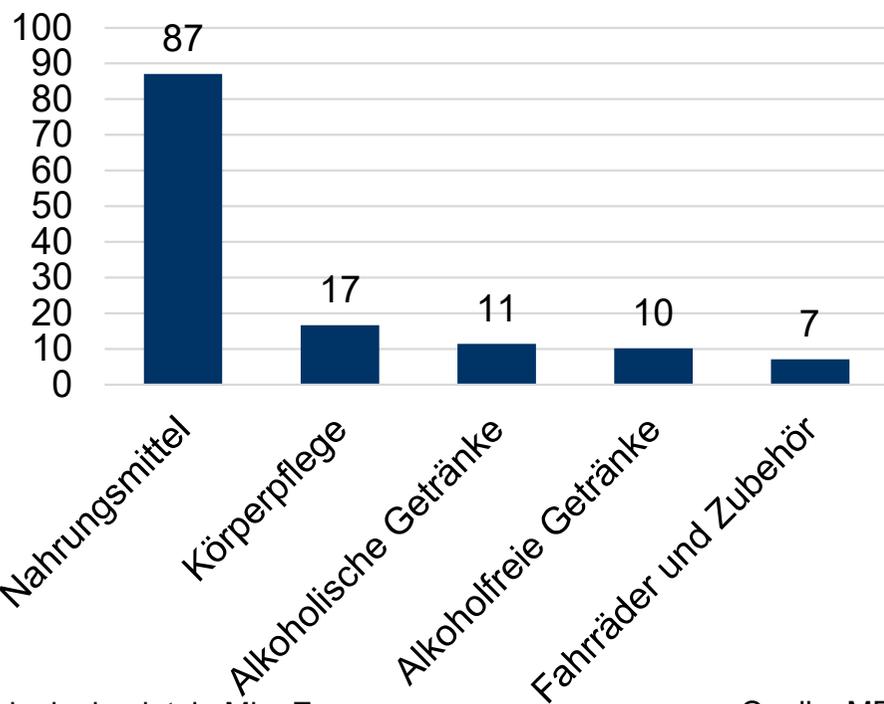
### Höchste Rückgänge 2019 - 2025



Quelle: MB Research 2019 + 2025; eigene Berechnungen

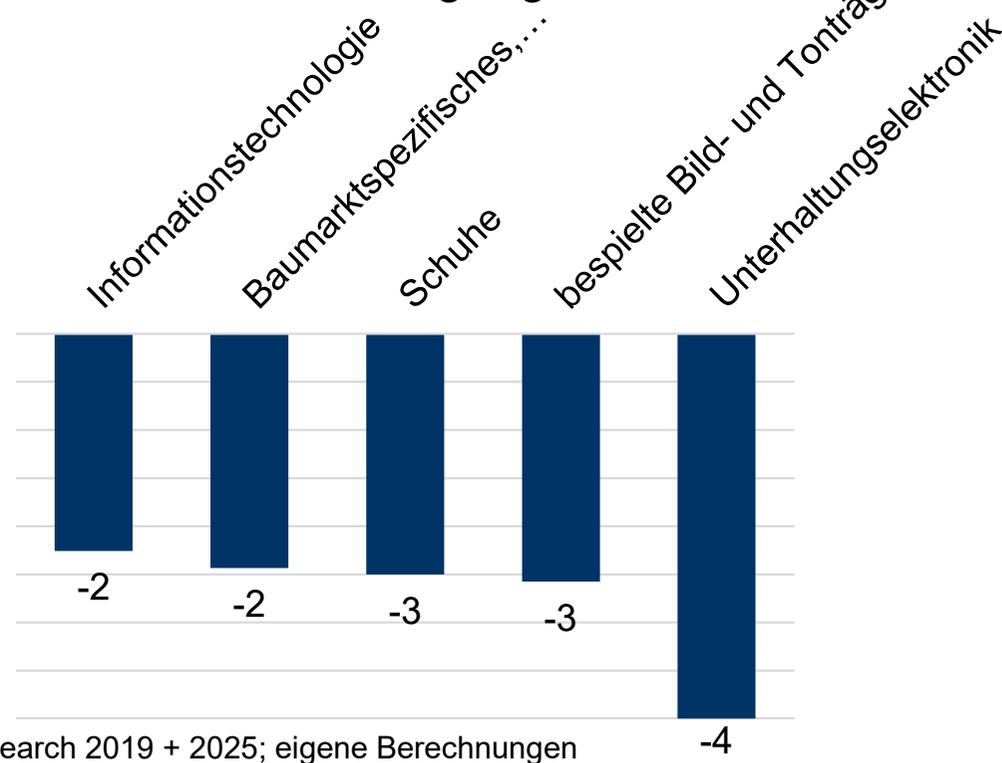
# Verändertes Konsumverhalten führt zu Kaufkraftverschiebungen

### Höchste Zuwächse 2019 - 2025



Nominal, absolut; in Mio. Euro

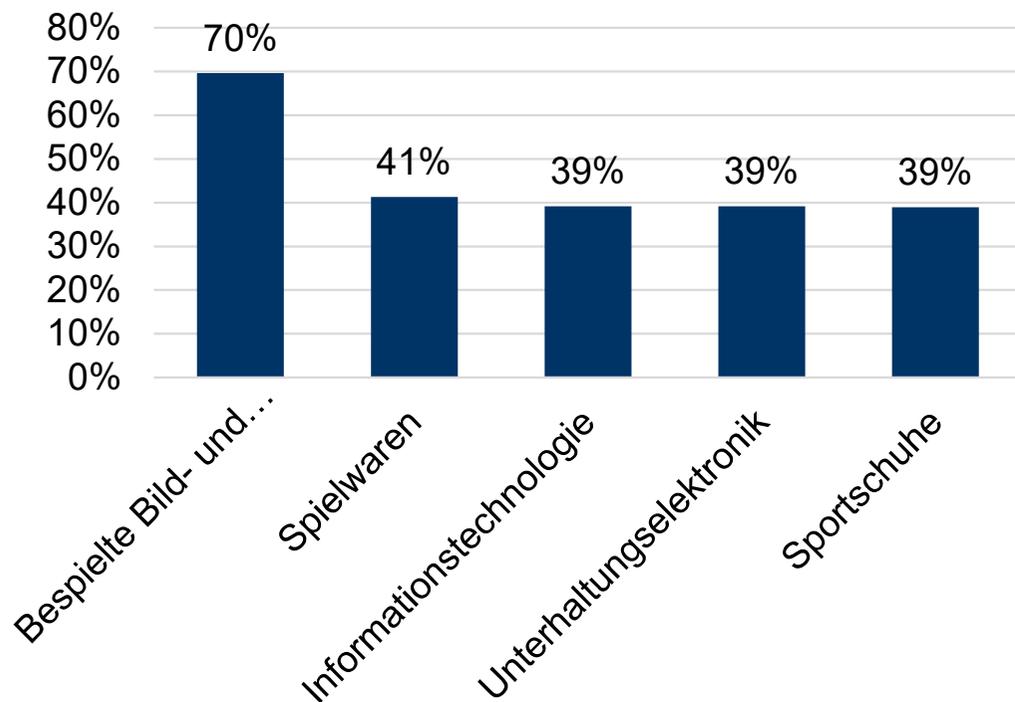
### Höchste Rückgänge 2019 - 2025



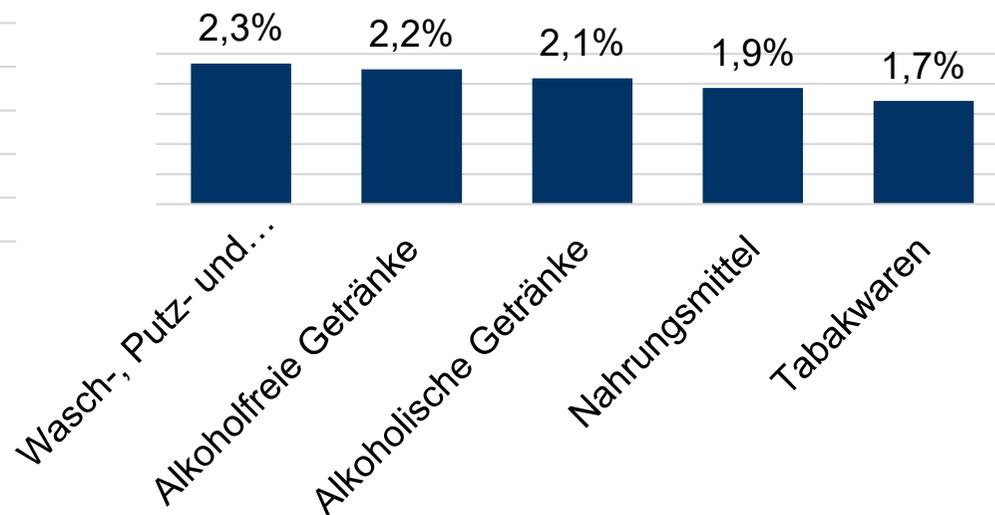
Quelle: MB Research 2019 + 2025; eigene Berechnungen

# Große Unterschiede bei den Anteilen des Onlinehandels (2025)

### Sortimente mit hoher Online-Affinität



### Sortimente mit geringer Online-Affinität

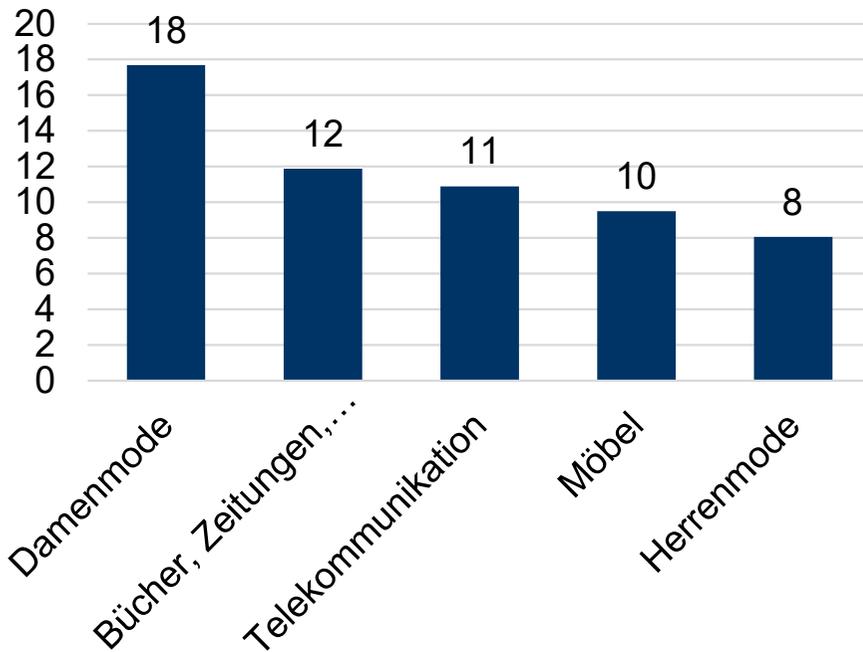


Relativ; in %

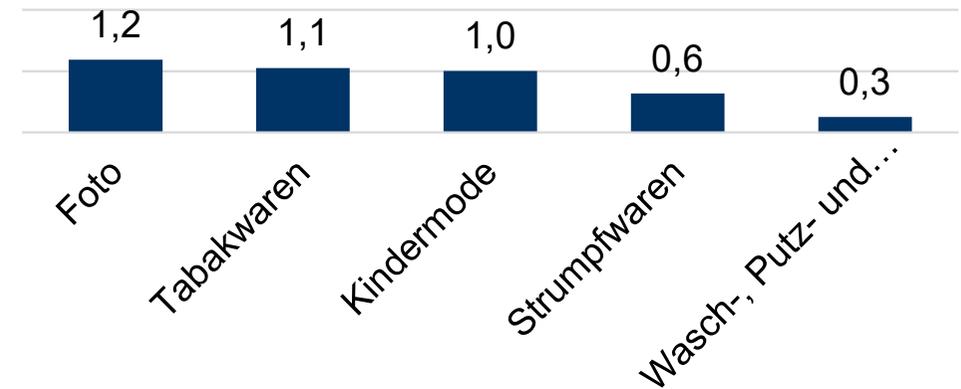
Quelle: MB Research 2025; eigene Berechnungen

## Absolute Zahlen: Andere Sortimente besonders betroffen

### Hohe Online-Kaufkraft 2025



### Geringe Online-Kaufkraft 2025

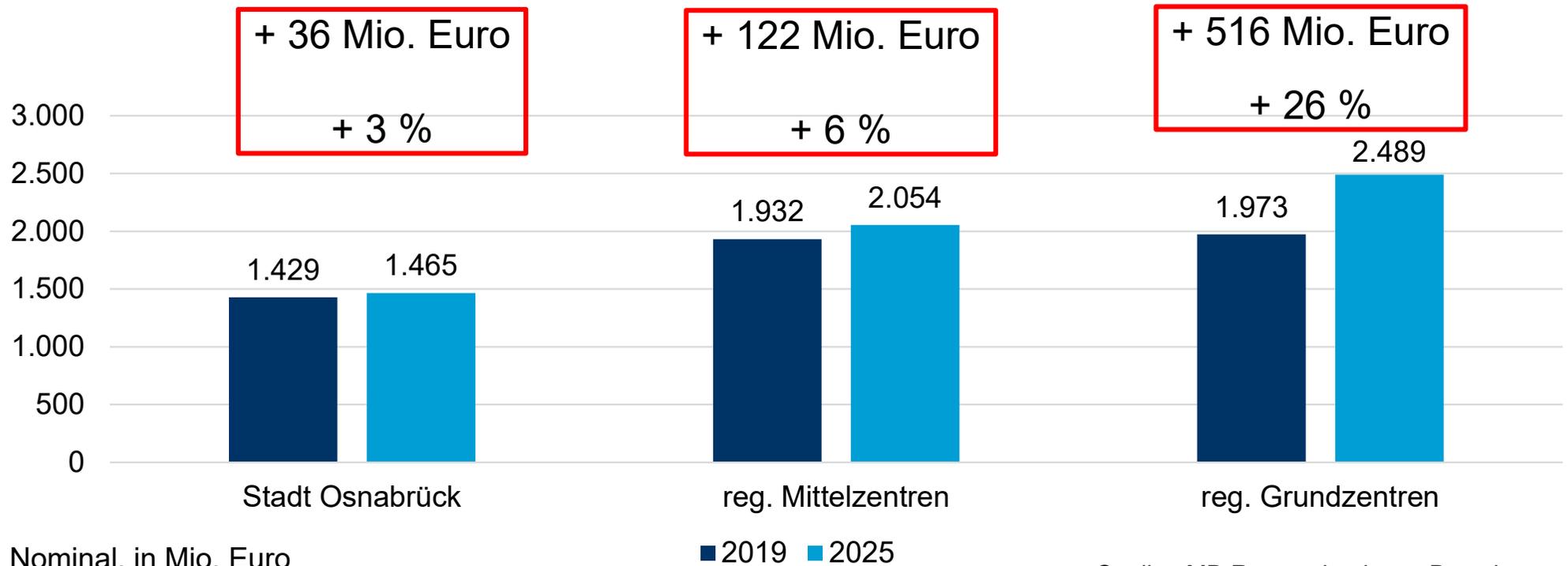


Nominal, in Mio. Euro

Quelle: MB Research 2025

# Umsätze: Höheres Wachstum in Grund- und Mittelzentren

## Umsatzentwicklung von Ober-, Mittel- und Grundzentren



Nominal, in Mio. Euro

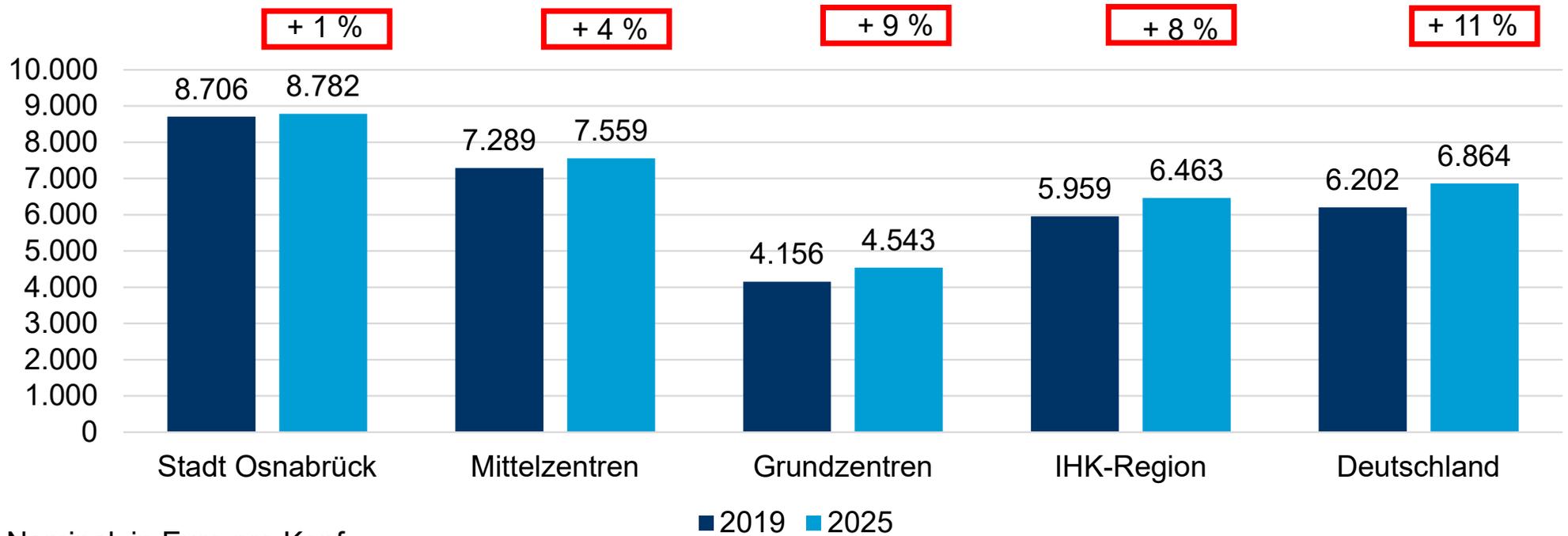
■ 2019 ■ 2025

Quelle: MB-Research, eigene Berechnungen

# Osnabrück: Höchster Pro-Kopf-Umsatz, aber geringste Dynamik!



### Veränderung des Pro-Kopf-Umsatzes 2019 – 2025 in Euro



Nominal, in Euro pro Kopf



# Kennzahlenanalyse Innenstadt Osnabrück

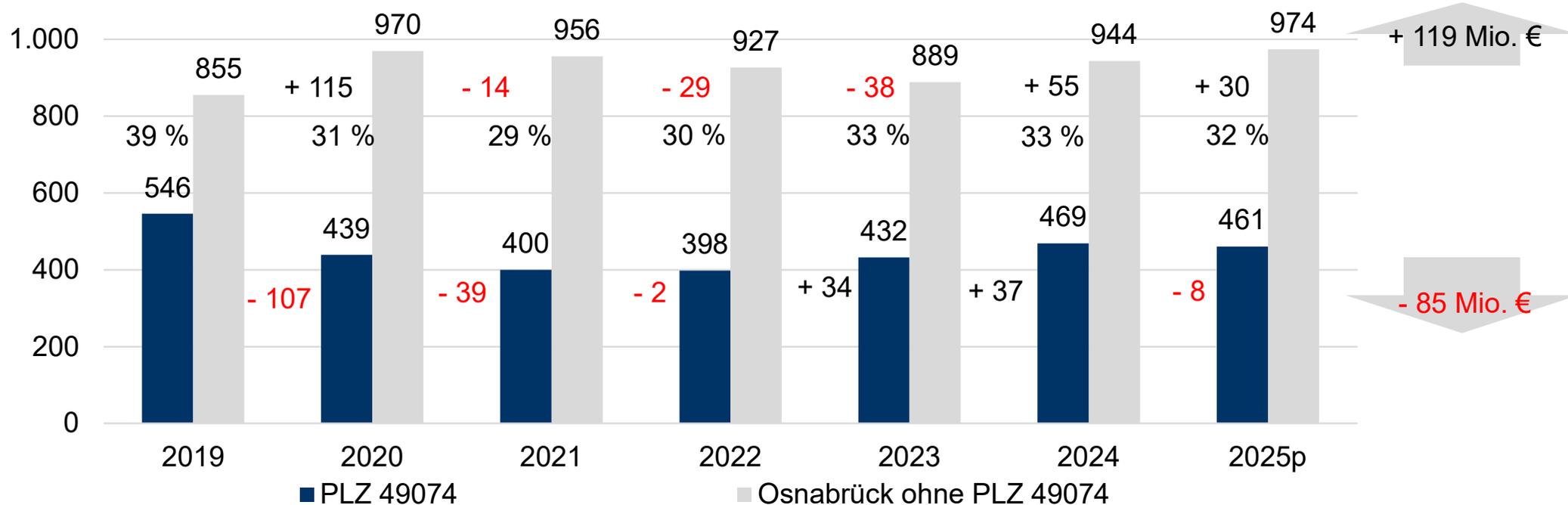


- Analyse der Kennzahlen über Postleitzahlen durch MB-Research
- Innenstadt Osnabrück und Stadtteil Gartlage: 49074

# Innenstadt: 85 Mio. Euro realer Umsatzverlust seit 2019



Veränderung  
2019 - 2025

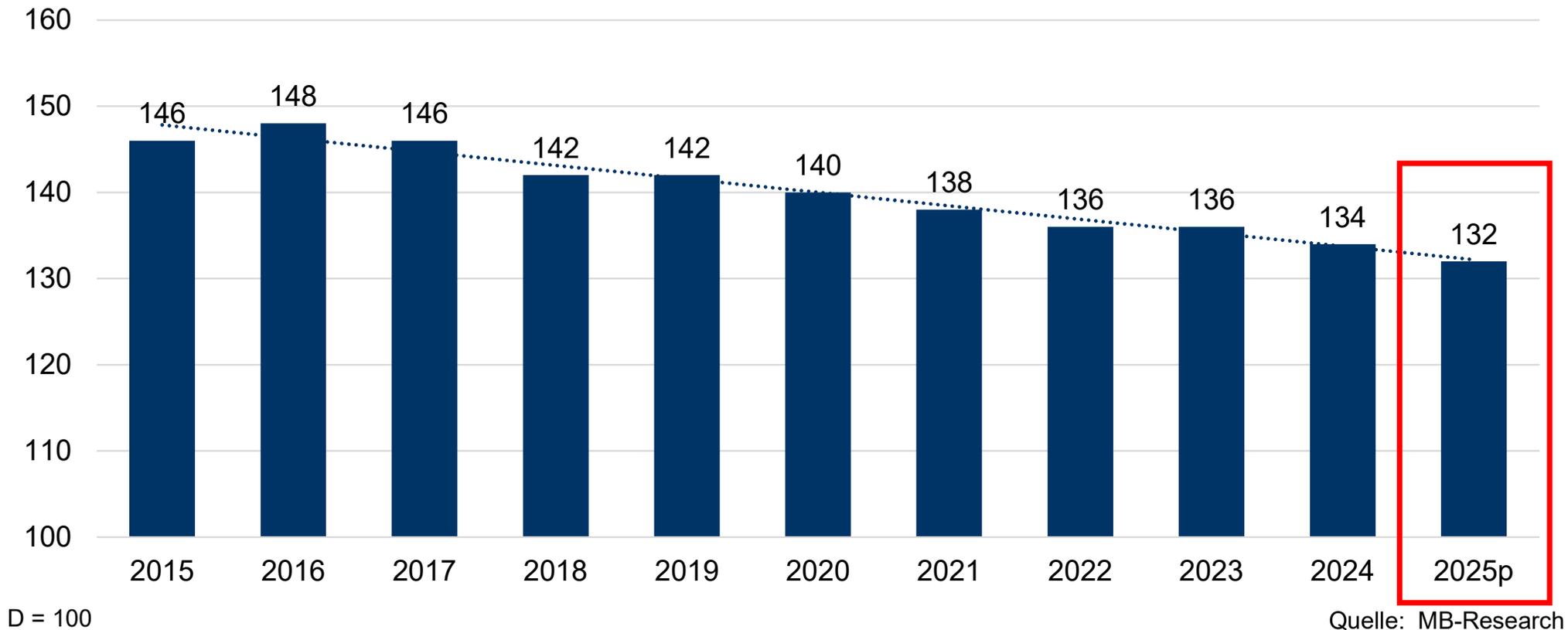


Realer Umsatz stationärer Einzelhandel, in Mio. Euro,

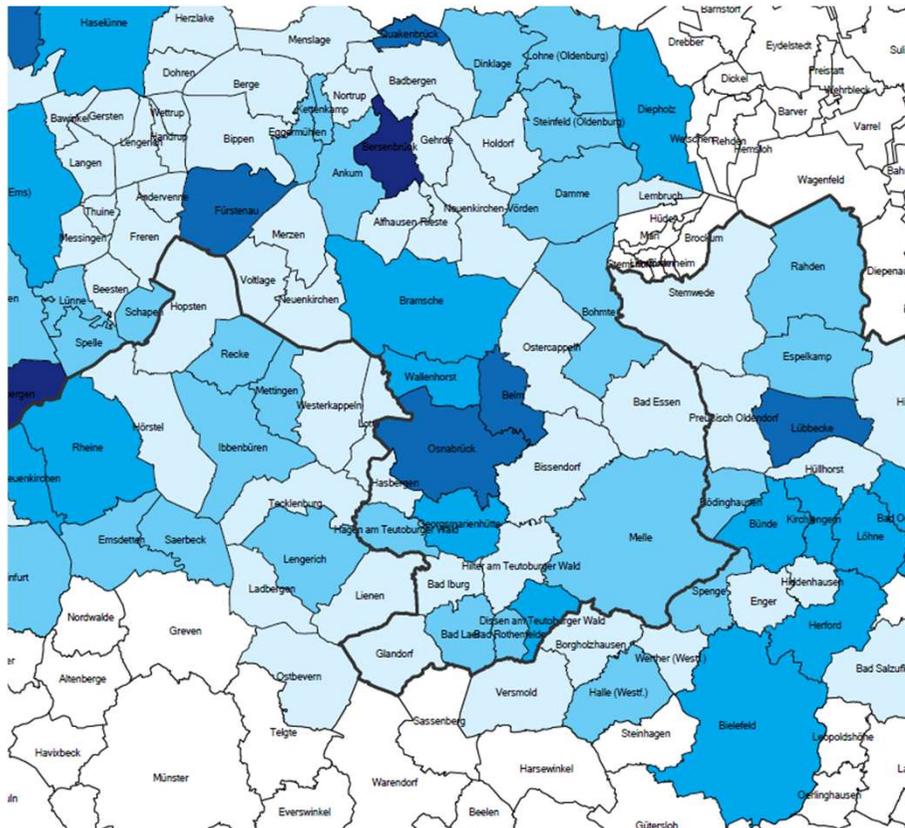
Quelle: MB-Research; eigene Berechnungen

# Regionale Zentralitäten

# Rückblick Stadtgebiet Osnabrück: Einzelhandelszentralität seit 2016 rückläufig



# Prognose 2025: Sorgenvolle Entwicklung der Zentralität von Osnabrück



## Handelszentralitäten 2025

Oberzentrum Osnabrück bleibt bei sinkender Handelszentralität von 132 regionaler Einkaufsschwerpunkt

Mittelzentren binden Kaufkraft und haben häufig Handelszentralitäten über 100

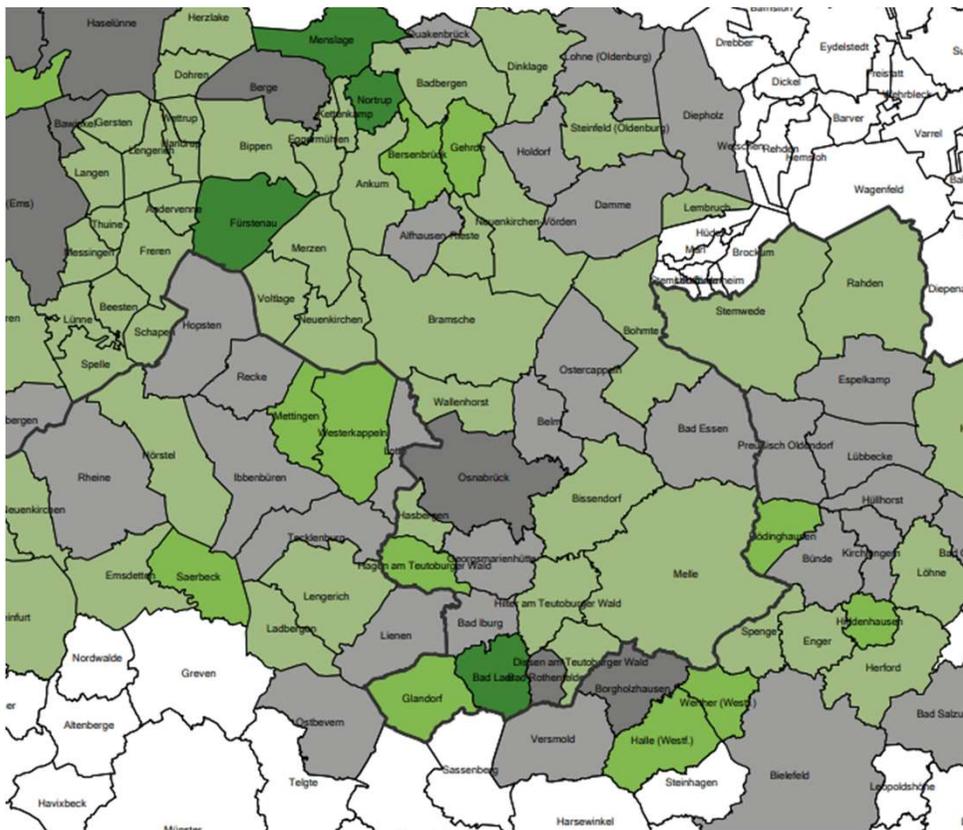
Grundzentren decken vor allem den täglichen Bedarf, erreichen häufig nur Handelszentralitäten kleiner 80

Quelle: MB-Research

### Zentralitätskennziffer



## Profiteure der letzten Jahre sind vor allem die Grundzentren



### Veränderung der regionalen Handelszentralitäten 2019 - 2025

- Osnabrück verliert deutlich
- Bad Laer, Fürstenaue, Nortrup und Menslage mit hohen Steigerungswerten
- Trend zum Einkauf vor Ort (insbesondere in Grundzentren)
- Kleinere Kommunen profitieren von mehr Homeoffice

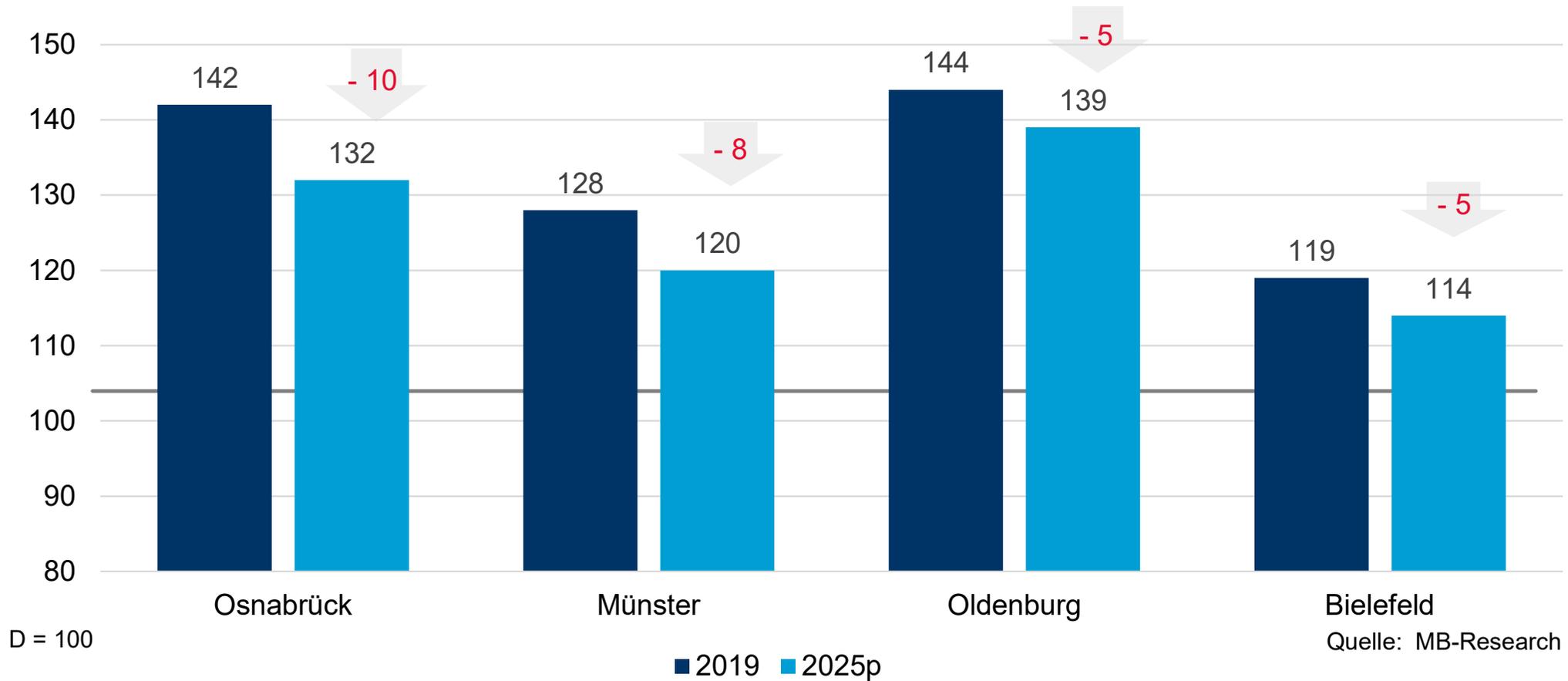
Quelle: MB-Research

#### Veränderung Zentralität

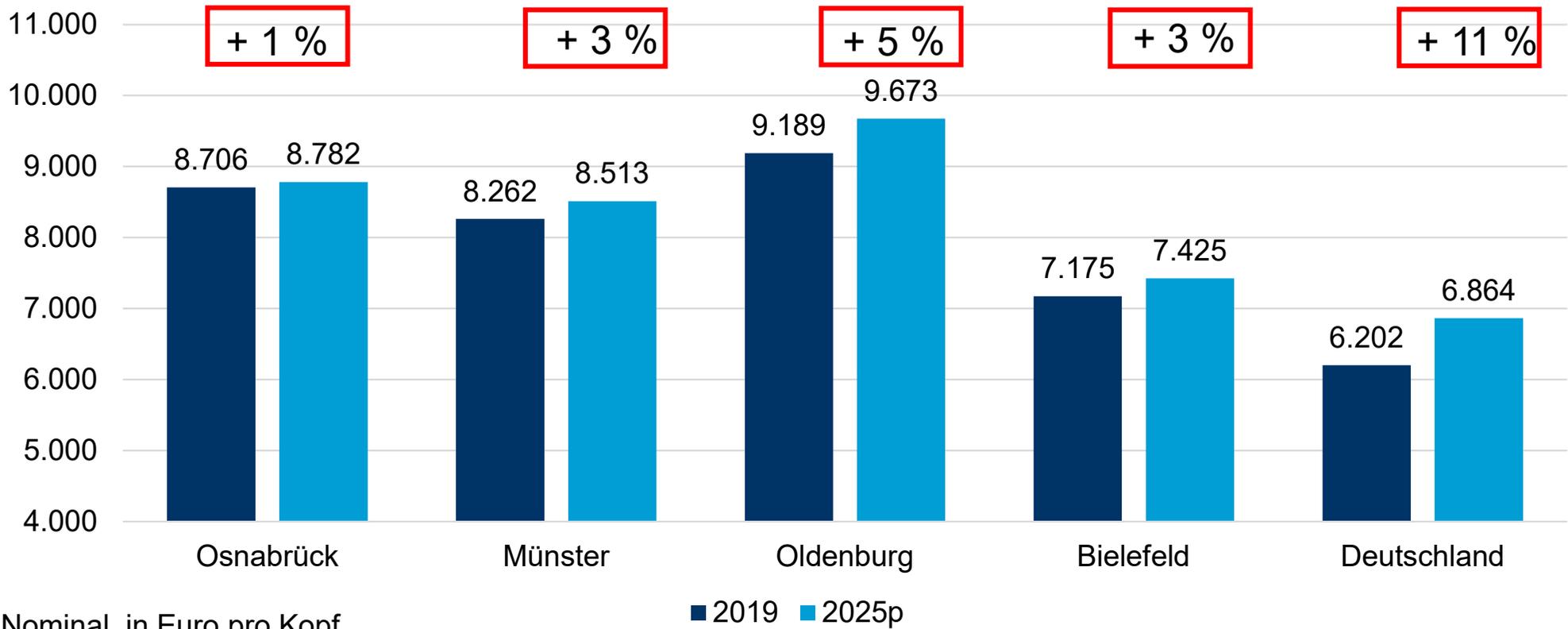


# Osnabrück und andere Oberzentren

## Vergleich Oberzentren: Osnabrück mit höchstem Verlust bei Zentralität



## Umsatz pro Kopf: Osnabrück gut, andere Oberzentren dynamischer

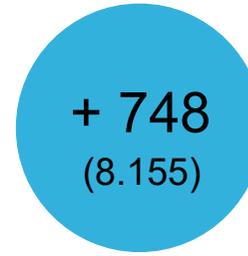
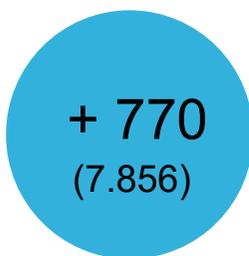


# Pro Einwohner: Starke Unterschiede bei der Umsatzentwicklung

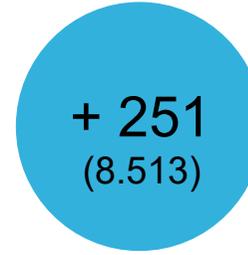
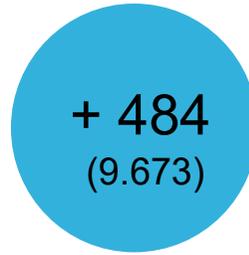
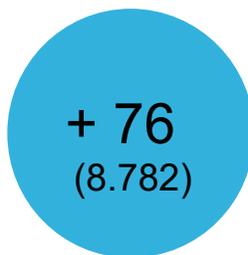
## Pro-Kopf-Veränderungen zwischen 2019 und 2025



Kaufkraft



Umsatz



Deutschland

Osnabrück

Oldenburg

Münster

Bielefeld

Nominal, in Euro, absolute Werte 2025 in Klammern

Quellen: MB-Research, Eigene Berechnungen, gerundet;  
hellblau: Positiv; rot: Negativ

# Zwischenfazit und Handlungsempfehlungen



### Deutschland

- Umsatzanteil stationärer Handel: 86 %
- Onlinehandel und stationärer Handel mit unterschiedlicher Dynamik
- Inflation geht zurück
- Verbraucherverhalten von Konsumzurückhaltung geprägt

### Region

- Oberzentren sind vom Strukturwandel der Innenstädte stärker betroffen als kleinere Städte und Gemeinden
- Osnabrück weiterhin ein Oberzentrum mit großer Bedeutung für das Umland und einer hohen Handelszentralität, aber deutlich negativem Trend

### Stadt Osnabrück

- Trotz stabiler Kaufkraft verzeichnet Osnabrück nur langsam steigende Umsätze
- Umsätze haben sich zunehmend von der Innenstadt in die peripheren Stadtteile verschoben

## Kurzfristig umsetzbare Maßnahmen

### Aufenthaltsqualität in der Innenstadt weiter verbessern

- Sicherheit: Präsenz der Ordnungsbehörden weiter verstärken
- Sauberkeit verbessern (u.a. öffentliche Sanitäreanlagen)
- Mehr Grün, Sitz- und Spielmöglichkeiten schaffen („Konsumfreie Räume“)

### Leerstände gut managen

- Dauerhaftem Leerstand und Vandalismus vorbeugen
- Leerstandsflächen attraktiver gestalten
- Sinnvolle Zwischen-nutzungen fortführen
- Länger dauernde Brachflächen begrünen

### Stadt-/Citymarketing intensivieren

- Citymanagement stärken
- Neue Events/Kulturangebote kreieren
- Kampagnen ausbauen und stärken (Innenstadterlebnis)
- Rechtssicherheit für verkaufsoffene Sonntage herstellen (langfristig)

## Mittel- und langfristige Maßnahmen

### Strukturwandel als Chance nutzen

- Individualität und Vielfalt bei Handel, Gastronomie, Kultur und Dienstleistungen (z. B. durch regionale / nachhaltige Angebote) verstärken
- Städtisches Fördermittel- und Quartiersmanagement fortsetzen

### Osnabrück als „Marke“ weiterentwickeln

- Markenprozess fortsetzen
- Touristische Highlights überregional vermarkten (u.a. Zoo, VfL und Events/Maiwoche/Tag der Niedersachsen)
- Kommunale Sonderbelastungen vermeiden (Betten-/Verpackungssteuer)

### „Region und Stadt“ verbessern

- Strategische Gesamtpolitik für Stadt und Umland entwickeln
- Zusammenarbeit zwischen Osnabrück und Kragengemeinden intensivieren (z. B. interkommunale Gewerbegebiete)

## Erreichbarkeit sichern

### Kurzfristig

- Verkehrsfluss verbessern
- Innenstadtnahe, preiswerte Parkmöglichkeiten sichern
- Baustellen beschleunigen und Vollsperrungen vermeiden
- Baustellenmanagement optimieren

### Mittelfristig

- ÖPNV-Angebot und Fahrgastinformationen weiterentwickeln
- Mobilitätszentren an Bahnhöfen und wichtigen Bushaltestellen einrichten
- P+R-Angebot ausbauen
- Radverkehr auf parallele Nebenstraßen verlagern

### Langfristig

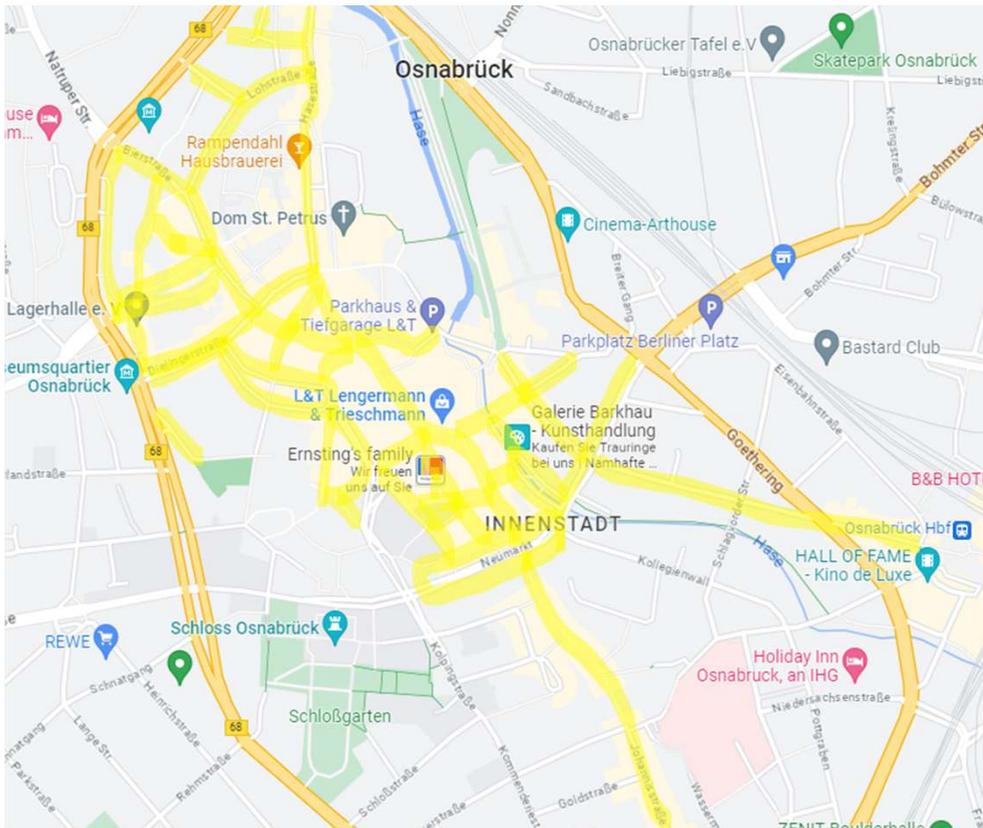
- Autobahnring schließen
- Stadtrandnahe Umfahrungsmöglichkeiten schaffen
- Leistungsfähige Umleitungen ausweisen



# Ergebnisse Quartierscheck

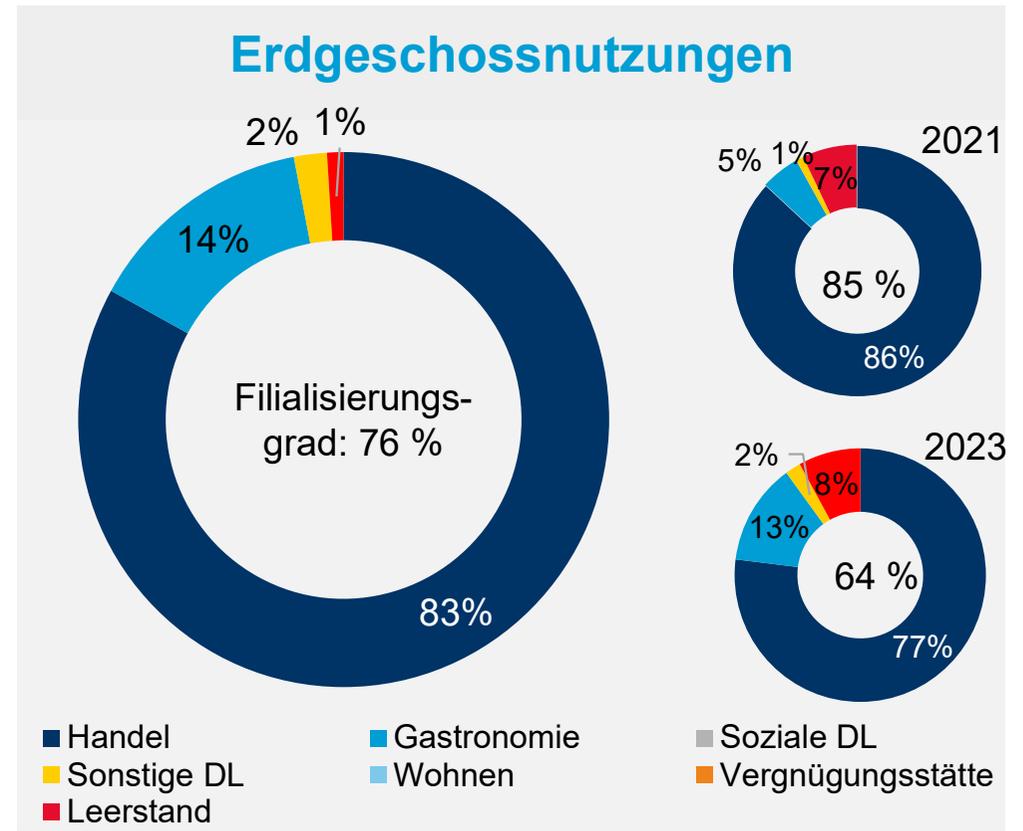
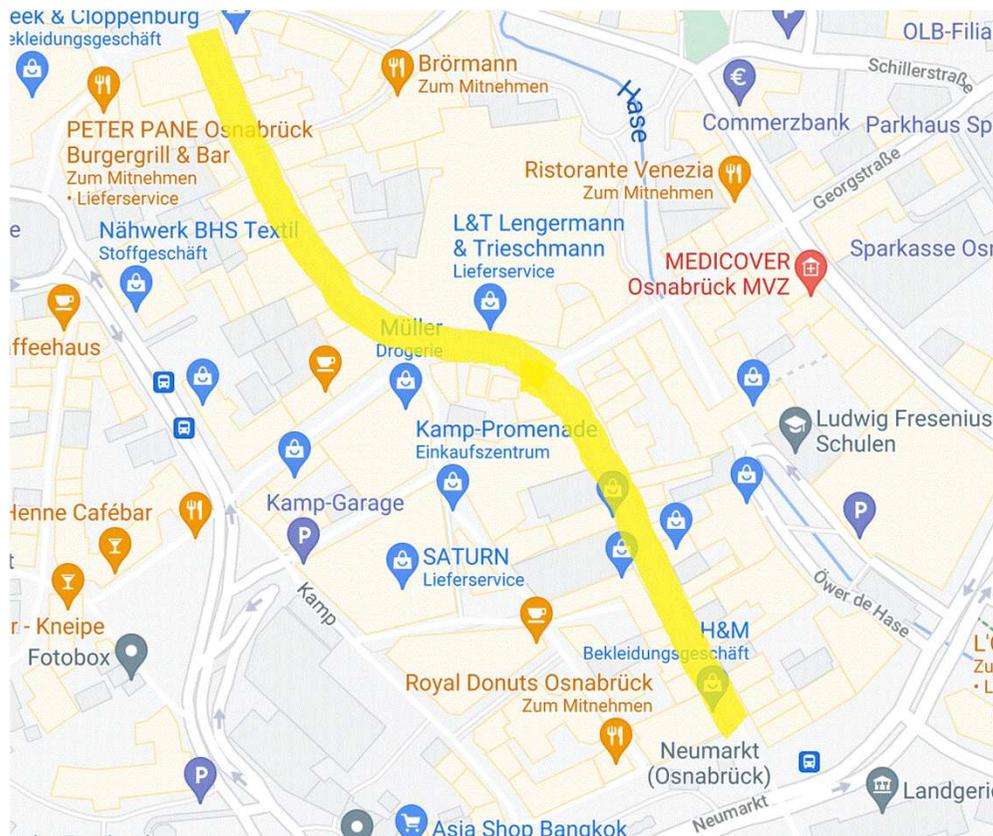
Innenstadtquartiere

## Umfang: Innenstadt besteht aus 13 Quartieren mit Handelsbesatz



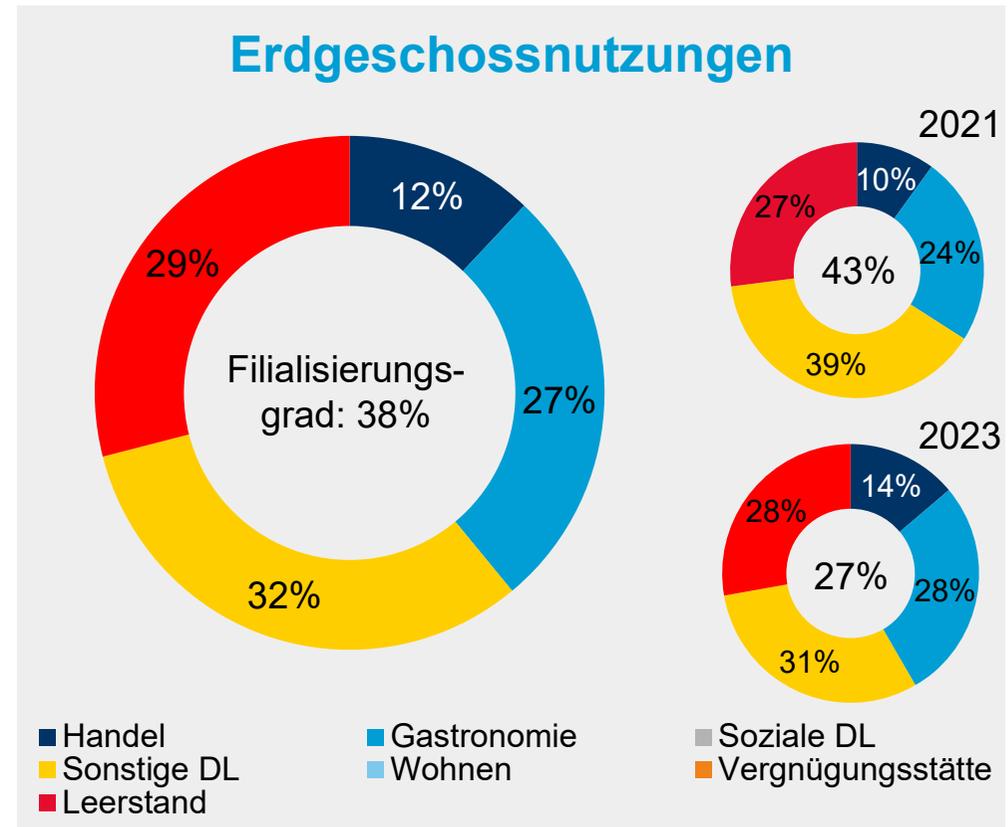
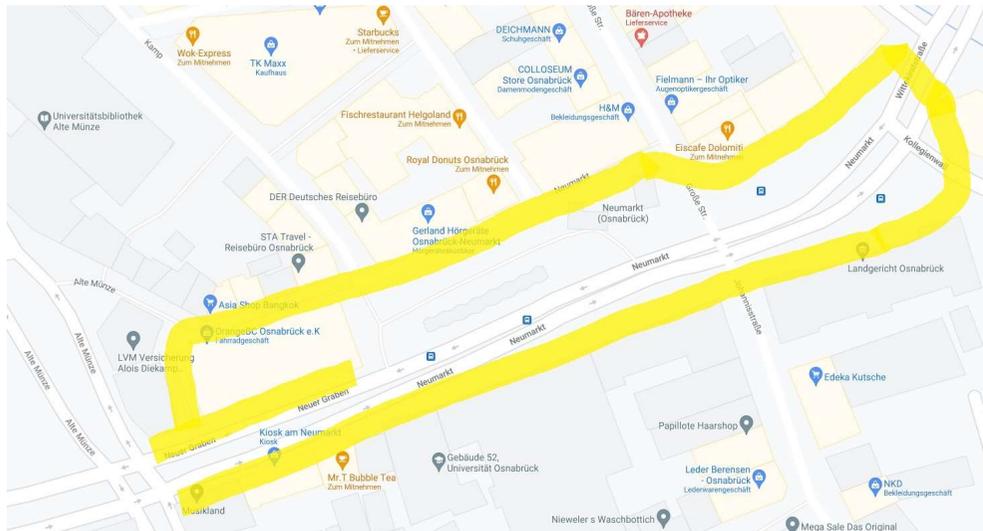
- Große Straße
- Neumarkt
- Krahnstraßenviertel
- Johannisstraße
- Redlinger Straße
- Kamp Promenade
- Herrenteichstraße
- Haseviertel
- Altstadt
- Hasestraße
- Nikolaiort/Domhof
- Möserstraße
- Vitihof

# Große Straße: Filialisten kommen zurück, Leerstand nimmt ab



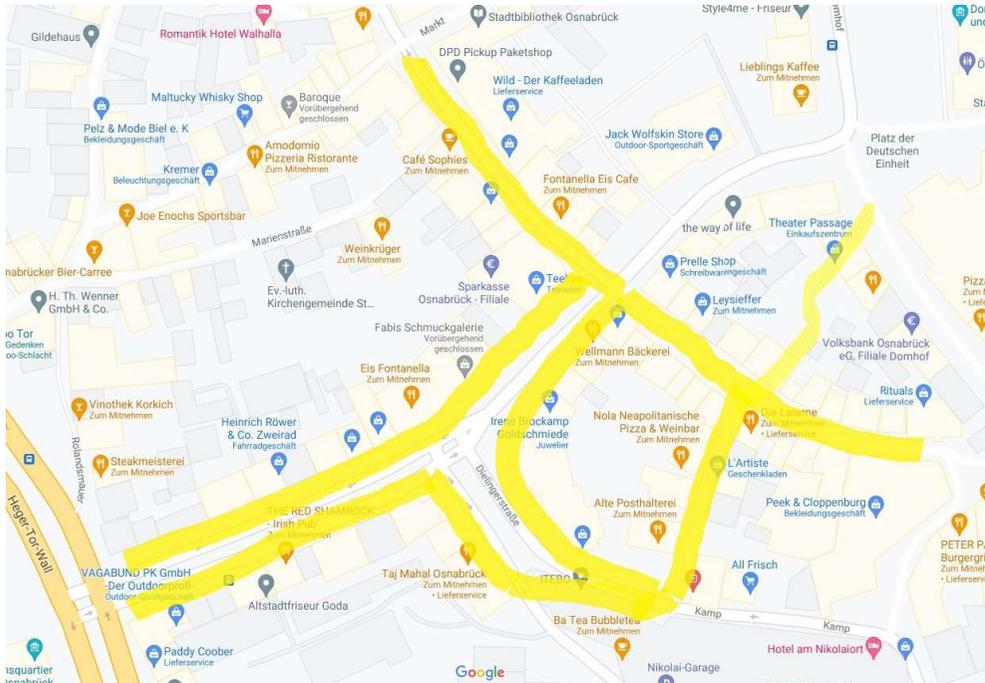
n = 87

# Quartier Neumarkt: Leerstand in fast jeder dritten Erdgeschosslage

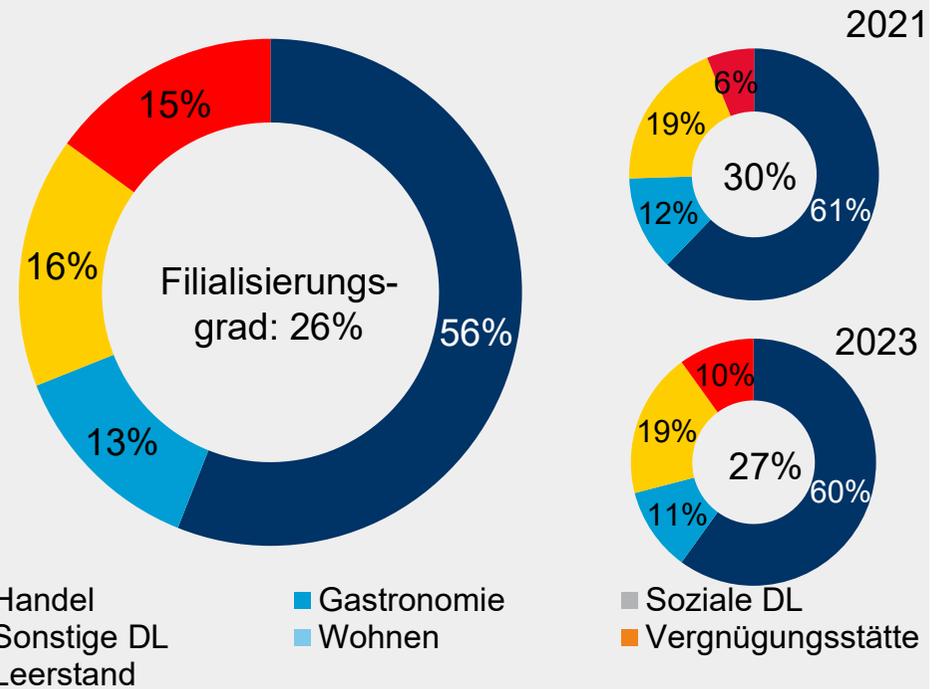


n = 34

# Quartier Krahnstraße: Leerstand gestiegen, weitere Leerstände drohen

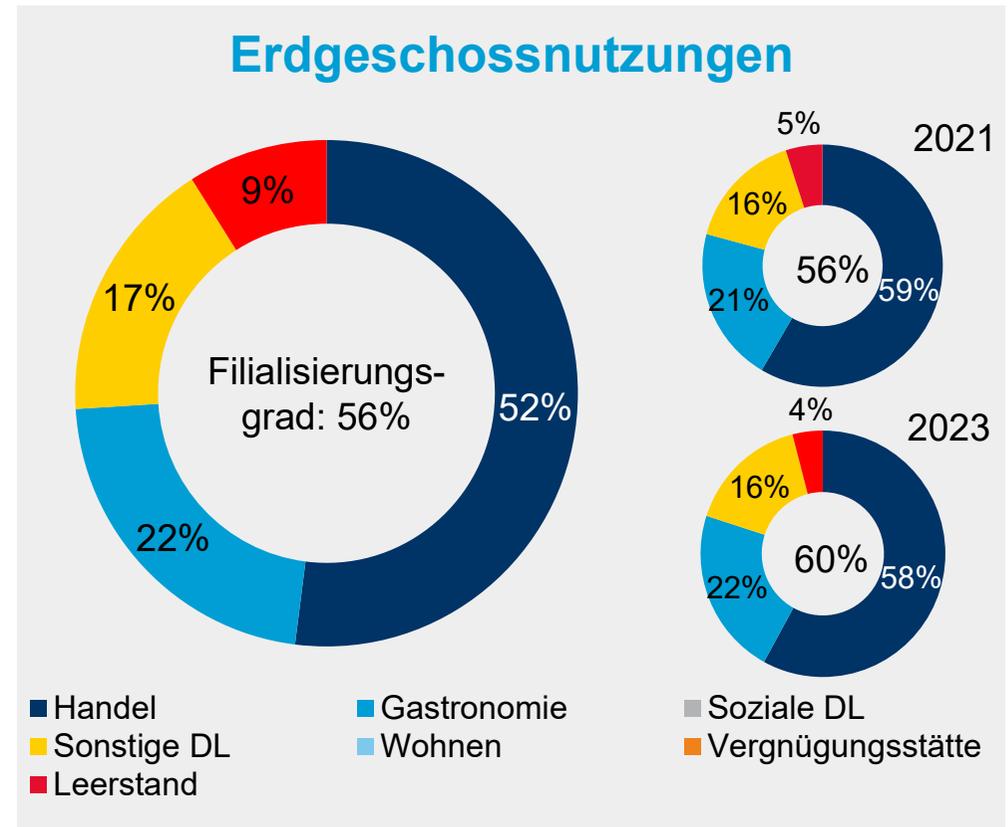
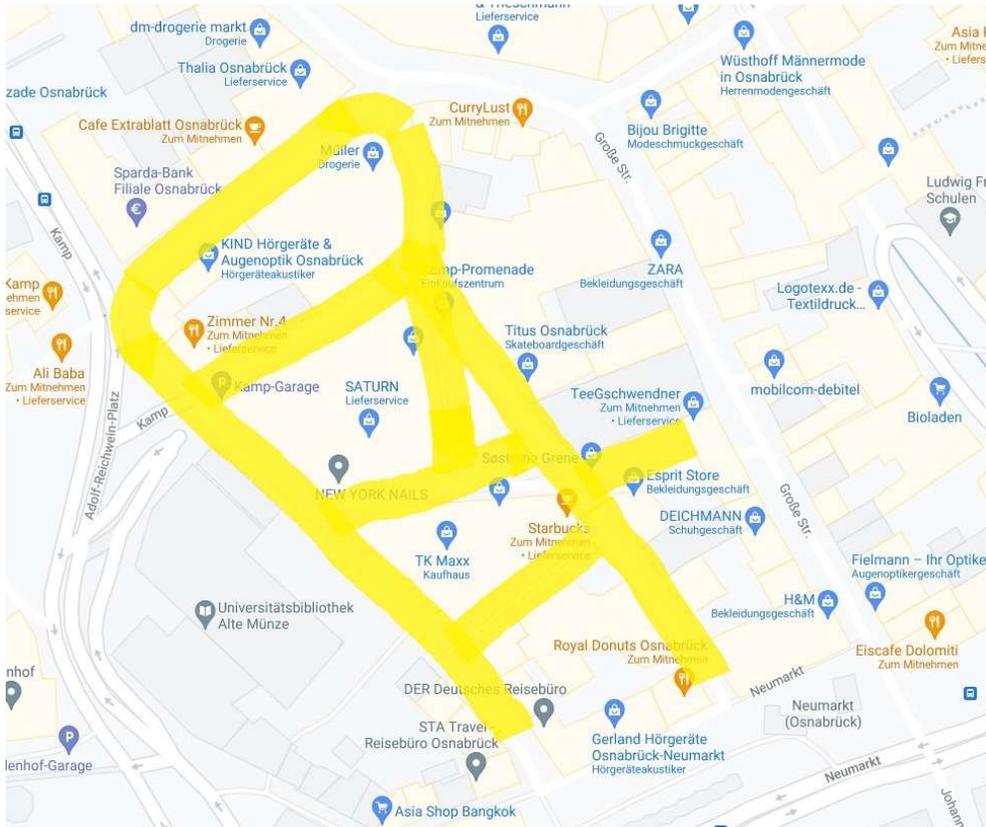


## Erdgeschossnutzungen

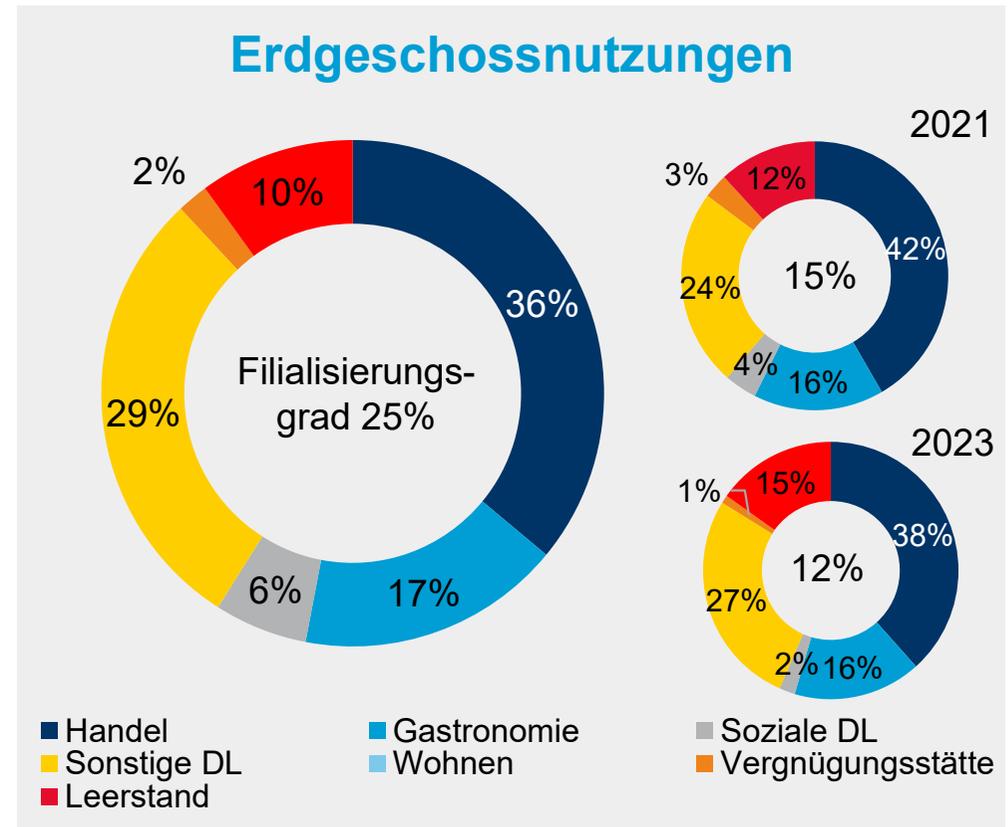
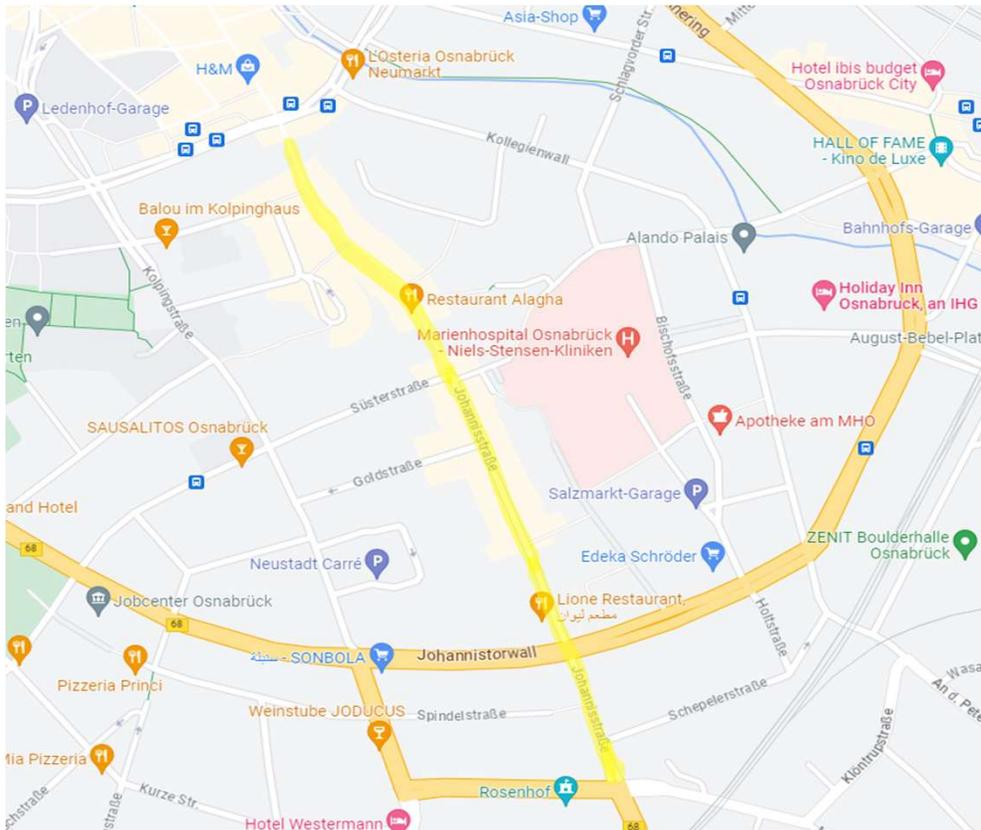


n = 103

# Quartier Kamp-Promenade: zunehmender Leerstand

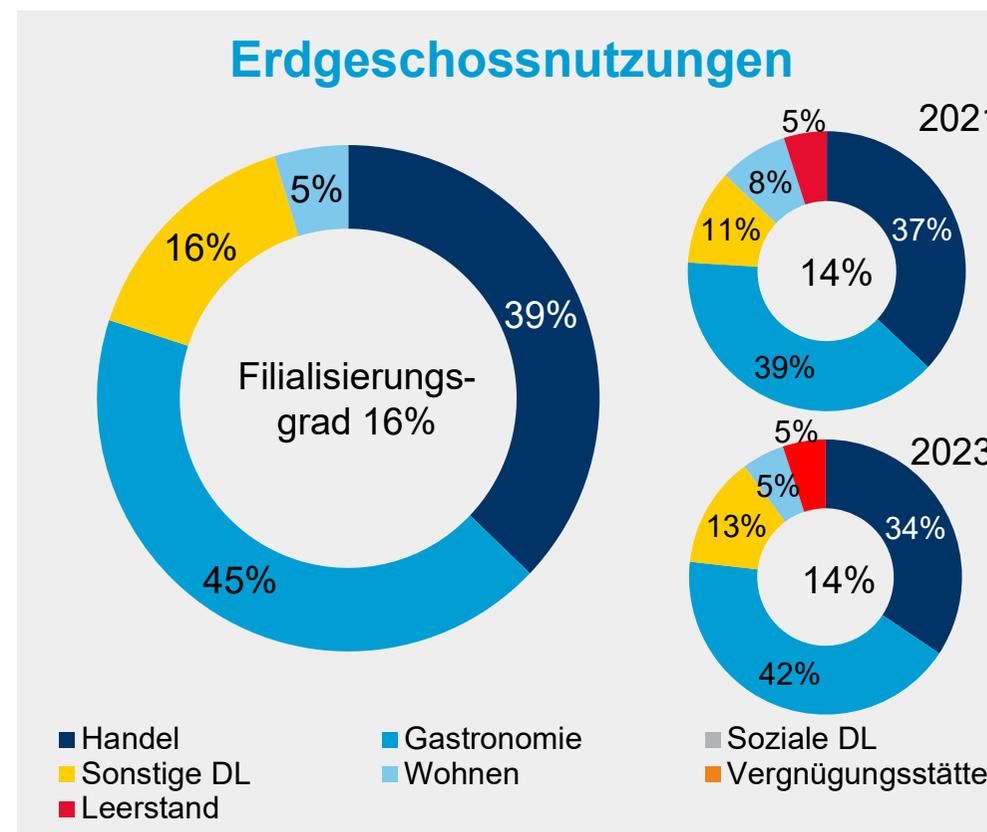
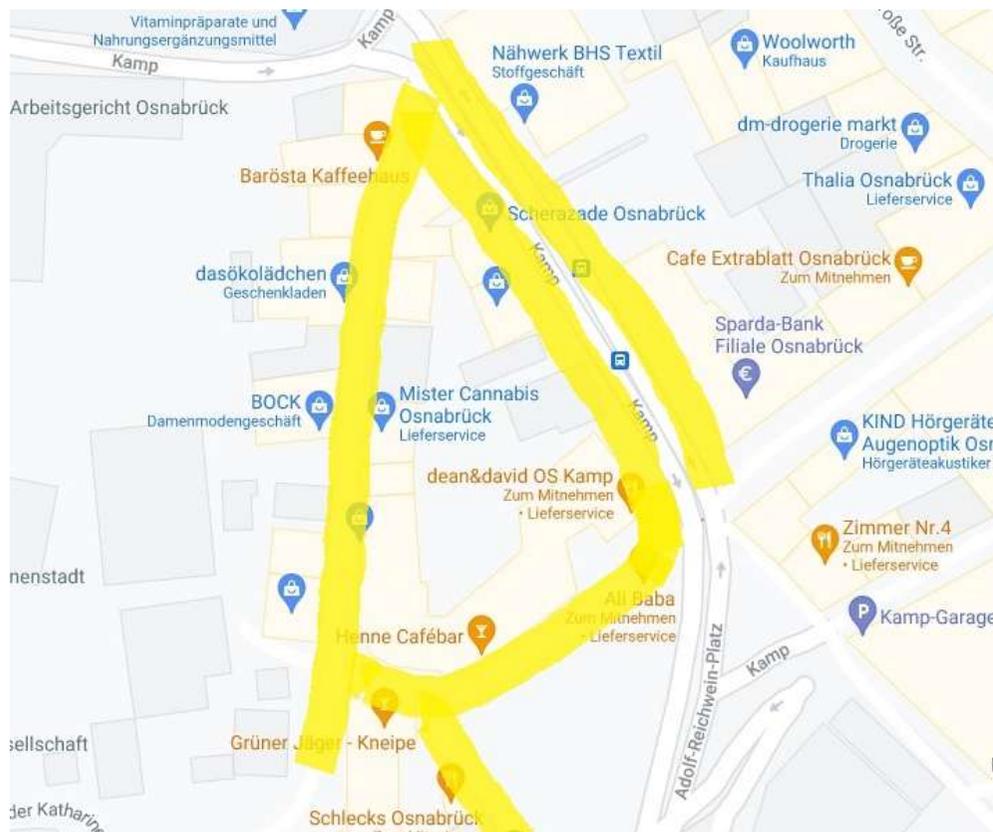


# Johannisstraße: Einzelhandelsanteil und Leerstandsniveau rückläufig



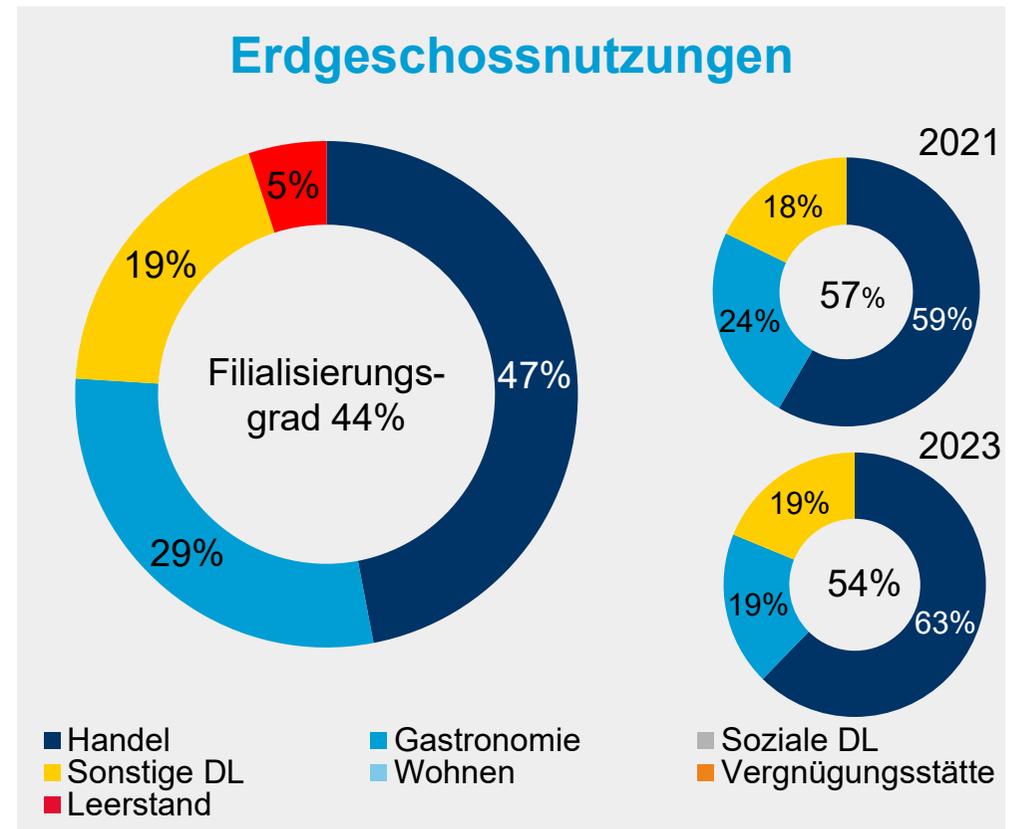
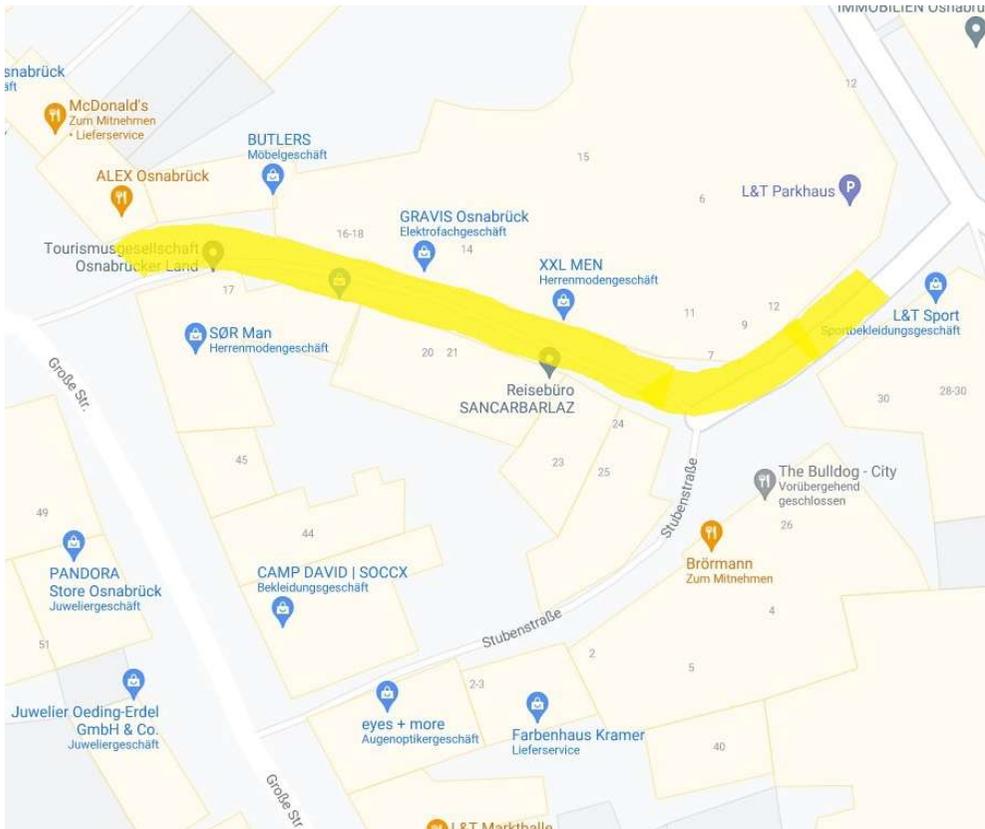
n = 127

# Quartier Redlinger Straße: Gastronomieanteil steigt weiter

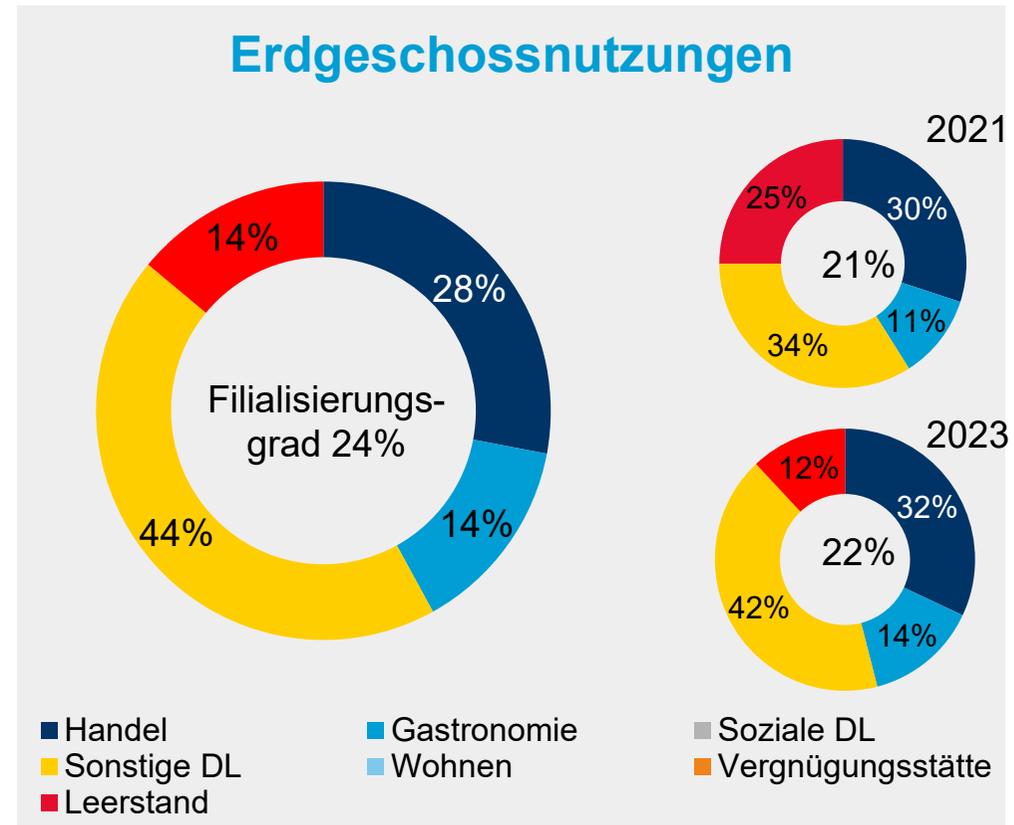
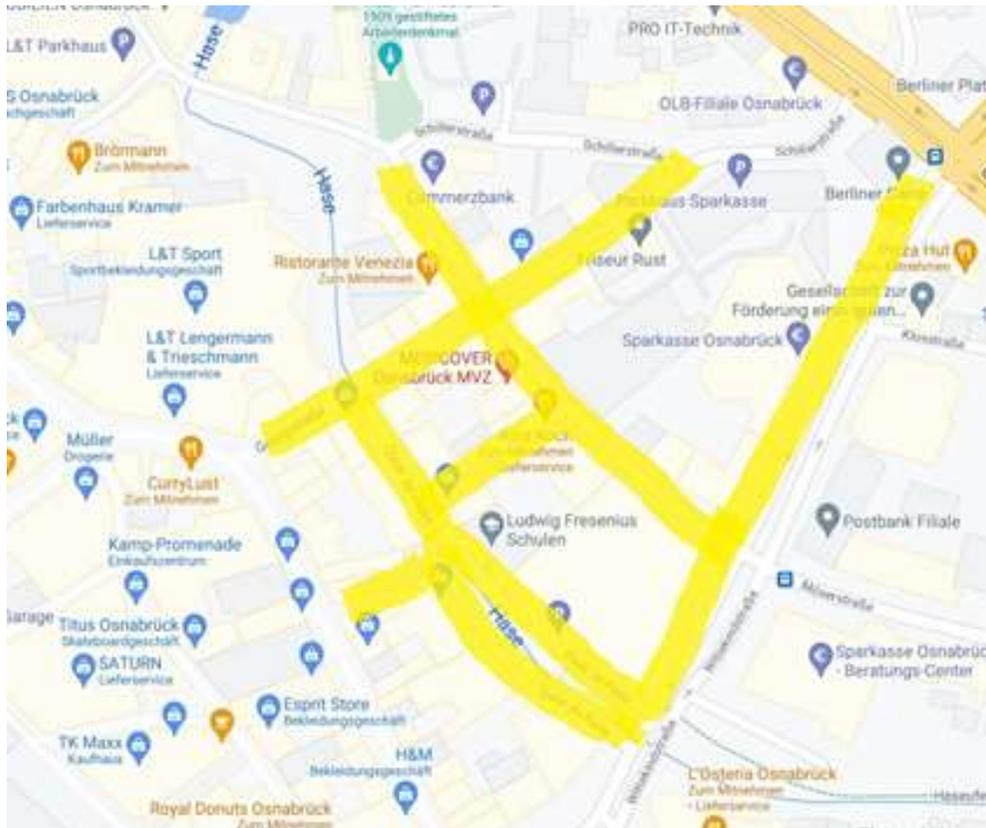


n = 38

# Herrenteichstraße: Schließung Gravis führt zu Leerstand

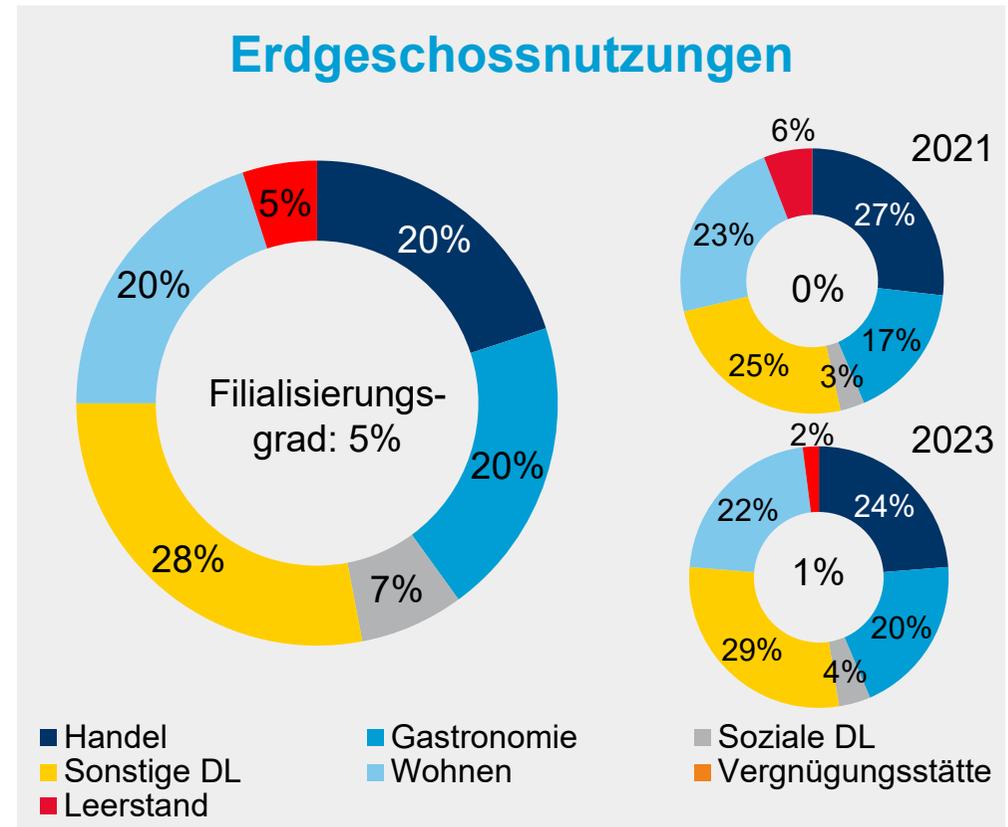
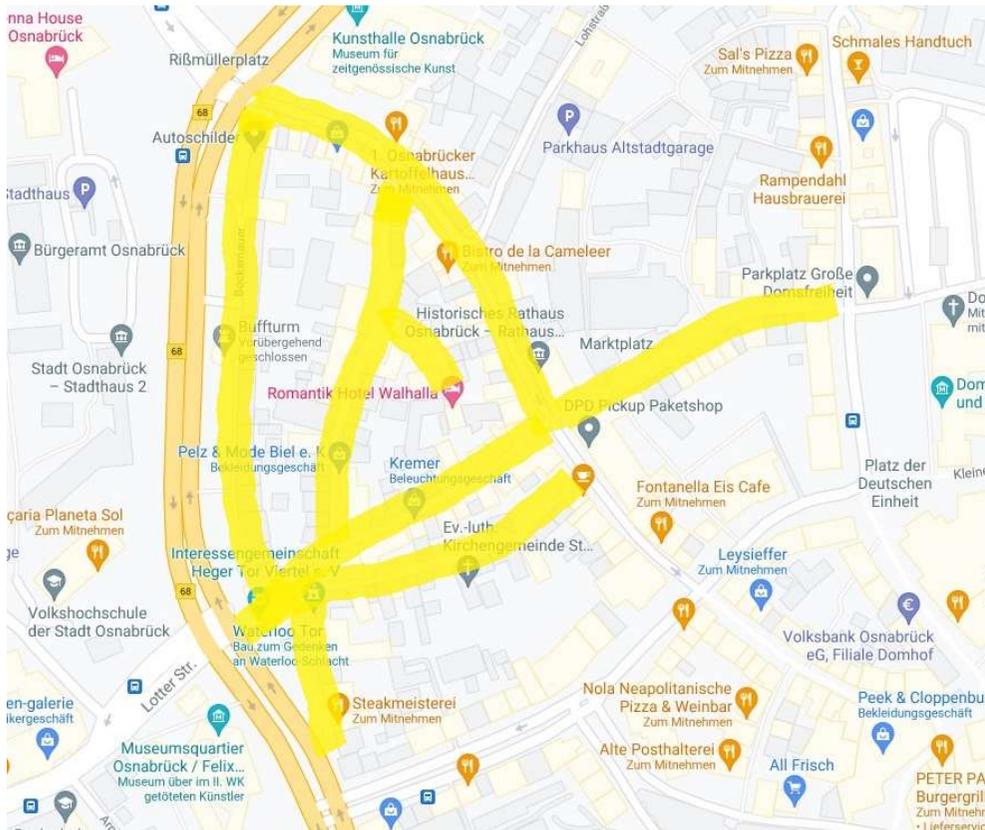


# Quartier Haseviertel: Anteil Handel rückläufig



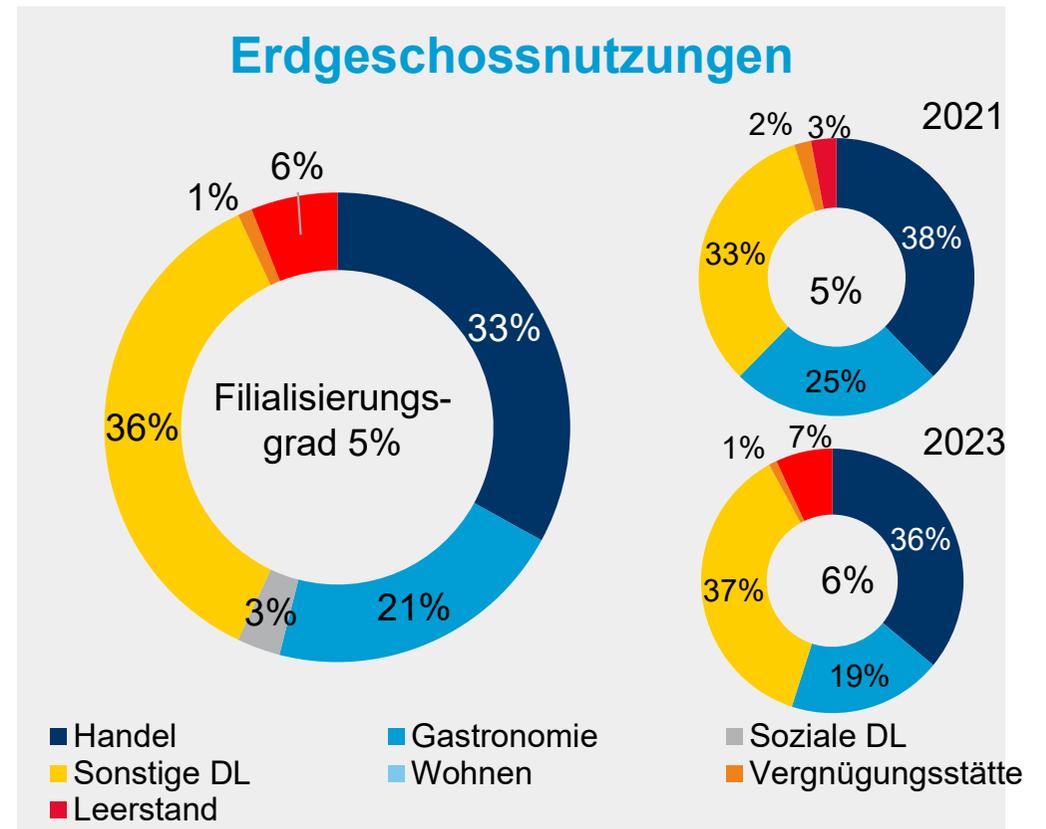
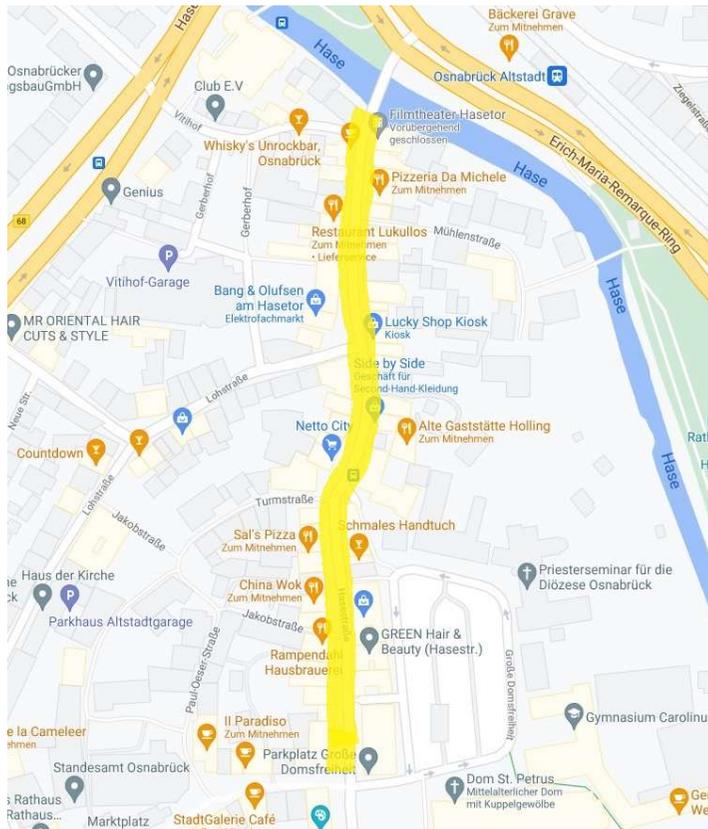
n = 50

# Quartier Altstadt: weiter hoher Wohnanteil, Leerstand leicht angestiegen



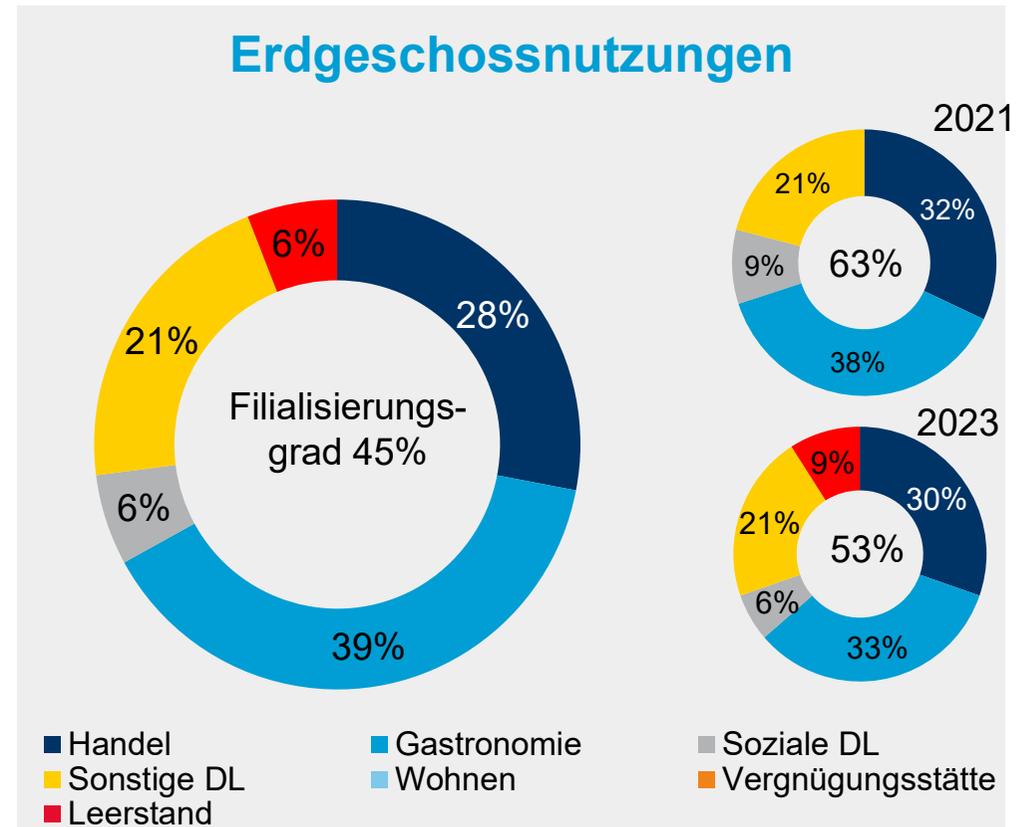
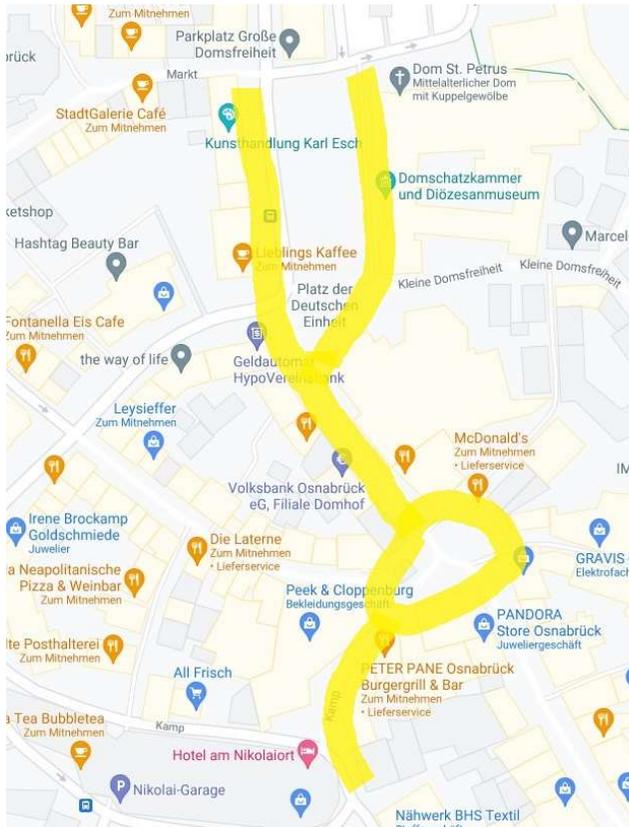
n = 153

# Hasestraße: Handelsanteil rückläufig, wichtiges Gastroquartier



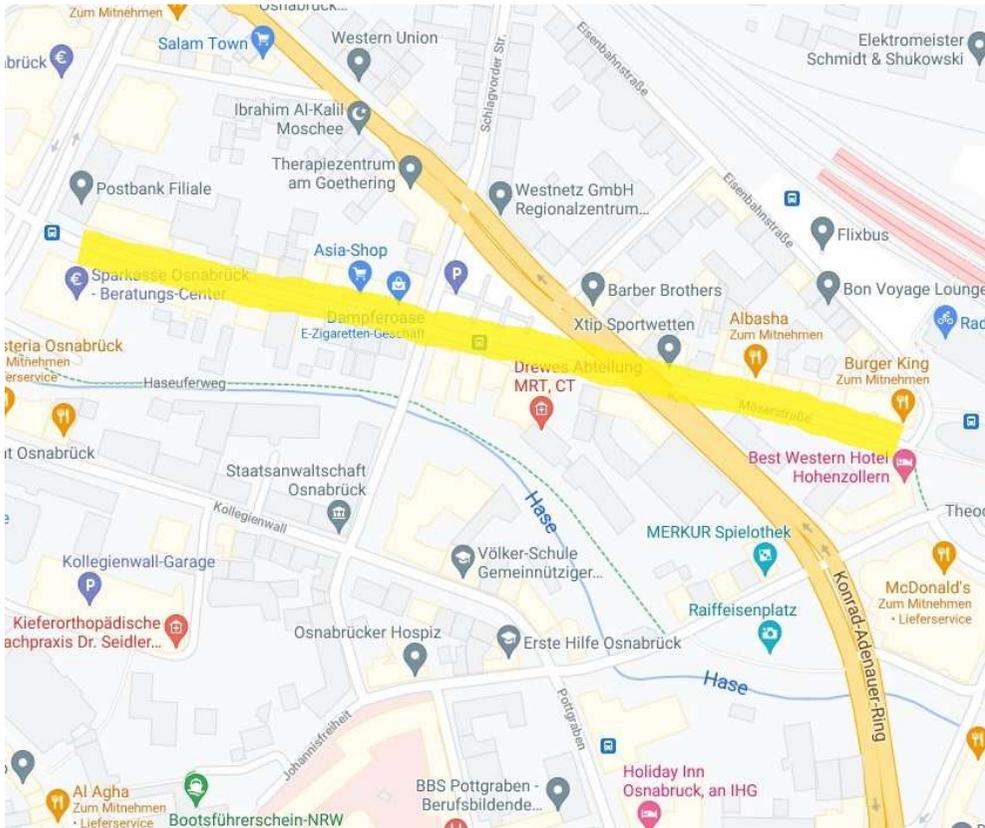
n = 70

# Quartier Nikolaiort/Domhof: Filialisierungsgrad rückläufig

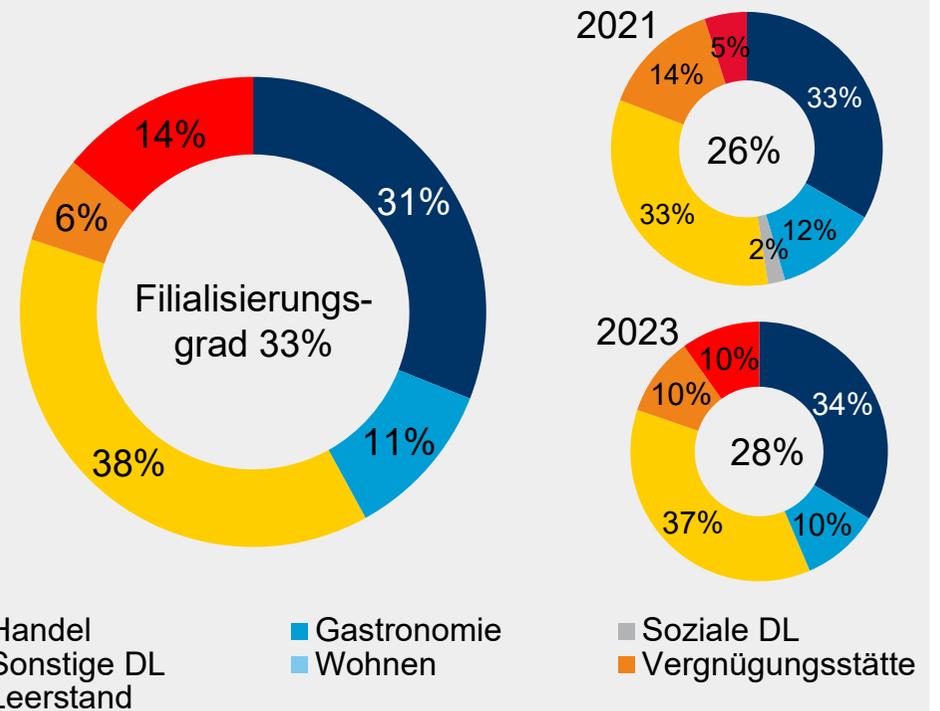


n = 33

# Möserstraße: Hoher Dienstleistungsanteil, hoher Leerstand

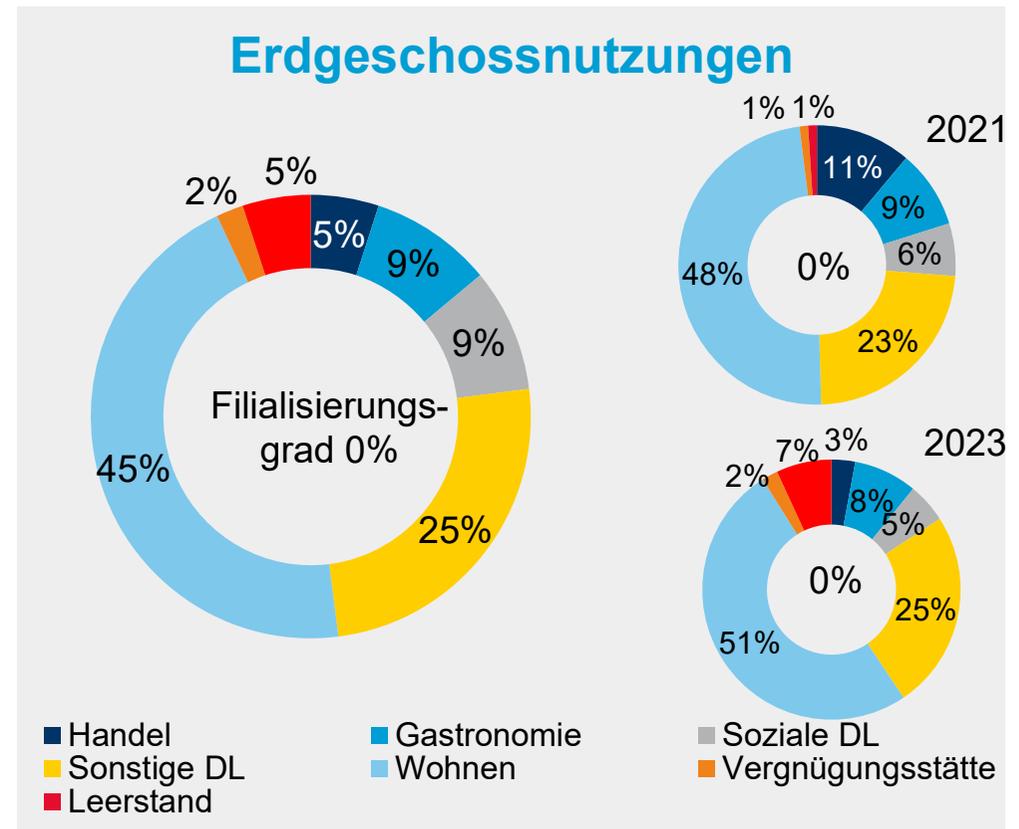
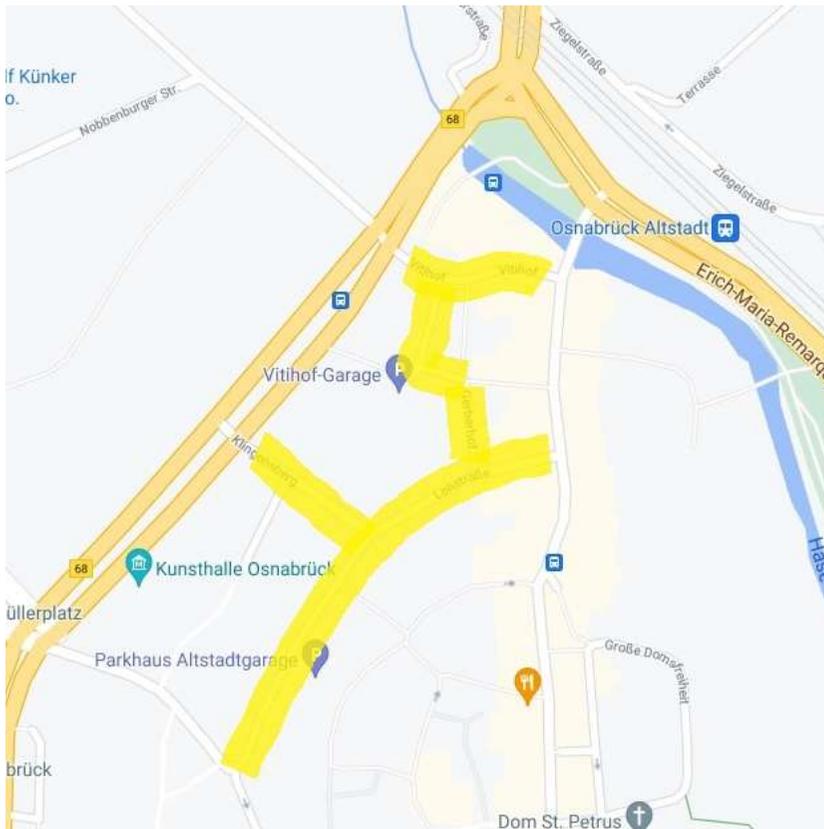


## Erdgeschossnutzungen



n = 36

# Quartier Vitihof: Wohnquartier mit hohem Dienstleistungsanteil



## Übersicht Innenstadtquartiere



Quartier	Handel	Gastronomie	Filialisten	Soziale DL	Sonstige DL	Wohnen	Vergnüg.-stätte	Leerstand
Große Straße	<b>83% (86%)</b>	14% (5%)	<b>76% (85%)</b>	0% (0%)	2% (1%)	0% (0%)	0% (0%)	1 % (7%)
Neumarkt	12% (10%)	27% (24%)	38% (43%)	0% (0%)	32% (39%)	0% (0%)	0% (0%)	<b>29% (27%)</b>
Krahnstraßenviertel	56% (61%)	13% (12%)	26% (30%)	0% (0%)	16% (19%)	0% (0%)	0% (0%)	15% (6%)
Johannisstraße	36% (42%)	17% (16%)	25% (15%)	6% (4%)	29% (24%)	0% (0%)	2% (3%)	10% (12%)
Redlinger Straße	39% (37%)	<b>45% (39%)</b>	16% (14%)	0% (0%)	16% (11%)	5% (8%)	0% (0%)	<b>0% (5%)</b>
Kamp Promenade	52% (59%)	22% (21%)	56% (56%)	0% (0%)	17% (16%)	0% (0%)	0% (0%)	9% (5%)
Herrenteichstraße	47% (59%)	29% (24%)	44% (57%)	0% (0%)	19% (18%)	0% (0%)	0% (0%)	5% (0%)
Haseviertel	28% (30%)	14% (11%)	24% (21%)	0% (0%)	44% (34%)	0% (0%)	0% (0%)	14% (25%)
Altstadt	20% (27%)	20% (17%)	5% (0%)	7% (3%)	28% (25%)	20% (23%)	0% (0%)	5% (6%)
Hasestraße	33% (38%)	21% (25%)	5% (5%)	3% (0%)	36% (33%)	0% (0%)	1% (2%)	6% (3%)
Nikolaiort/Domhof	28% (32%)	39% (38%)	45% (63%)	6% (9%)	21% (21%)	0% (0%)	0% (0%)	6% (0%)
Möserstraße	31% (33%)	11% (12%)	33% (26%)	0% (2%)	38% (33%)	0% (0%)	<b>6% (14%)</b>	14% (5%)
Vitihof	<b>5% (11%)</b>	<b>9% (9%)</b>	<b>0% (0%)</b>	9% (6%)	25% (23%)	45% (48%)	2% (1%)	5% (1%)

(Werte 2021 in Klammern)

## Übersicht Innenstadtquartiere



Quartier	Handel	Gastronomie	Filialisten	Soziale DL	Sonstige DL	Wohnen	Vergnüg.-stätte	Leerstand
Große Straße	<b>83% (77%)</b>	14% (13%)	<b>76% (64%)</b>	0% (0%)	<b>2% (2%)</b>	0% (0%)	0% (0%)	1 % (8%)
Neumarkt	12% (14%)	27% (28%)	38% (27%)	0% (0%)	32% (31%)	0% (0%)	0% (0%)	<b>29% (28%)</b>
Krahnstraßenviertel	56% (60%)	13% (11%)	26% (27%)	0% (0%)	16% (19%)	0% (0%)	0% (0%)	15% (10%)
Johannisstraße	36% (38%)	17% (16%)	25% (12%)	6% (2%)	29% (27%)	0% (0%)	2% (1%)	10% (15%)
Redlinger Straße	39% (34%)	<b>45% (42%)</b>	16% (14%)	0% (0%)	16% (13%)	5% (5%)	0% (0%)	<b>0% (5%)</b>
Kamp Promenade	52% (58%)	22% (22%)	56% (60%)	0% (0%)	17% (16%)	0% (0%)	0% (0%)	9% (4%)
Herrenteichstraße	47% (63%)	29% (19%)	44% (54%)	0% (0%)	19% (19%)	0% (0%)	0% (0%)	5% (0%)
Haseviertel	28% (32%)	14% (14%)	24% (22%)	0% (0%)	44% (42%)	0% (0%)	0% (0%)	14% (12%)
Altstadt	20% (24%)	20% (20%)	5% (1%)	7% (4%)	28% (29%)	20% (22%)	0% (0%)	5% (2%)
Hasestraße	33% (36%)	21% (19%)	5% (6%)	3% (0%)	36% (37%)	0% (0%)	1% (1%)	6% (7%)
Nikolaiort/Domhof	28% (30%)	39% (33%)	45% (53%)	6% (6%)	21% (21%)	0% (0%)	0% (0%)	6% (9%)
Möserstraße	31% (34%)	11% (10%)	33% (28%)	0% (2%)	38% (37%)	0% (0%)	<b>6% (10%)</b>	14% (5%)
Vitihof	<b>5% (3%)</b>	<b>9% (8%)</b>	<b>0% (0%)</b>	9% (6%)	25% (25%)	45% (51%)	2% (2%)	5% (1%)

(Werte 2023 in Klammern)



### Innenstadtquartiere

- Filialisten kehren in die Top-Lagen zurück (Bekleidung und Schuhe)
- Leerstände in 1B-Lagen nehmen zu (Krahnstraße, Herrenteichstraße, Kamppromende)
- Nutzungsmix verändert sich (mehr Gastronomie und sonstige Dienstleistungen)
- Neumarkt: Städtebaulicher Missstand besteht weiterhin, strahlt in angrenzende Quartiere aus
- Erwartung: Städtebauliche Entwicklungen können Attraktivität des Umfelds für gewerbliche Nutzungen verbessern (Neumarkt/Johannishöfe, Nachnutzung Galeria, ...)



## Quartierspezifisch

- **Neumarkt:** Aufenthaltsqualität verbessern, Leerstand, Abriss- und Bauphasen kreativ gestalten (Fassade/Beleuchtung/Bauzaun)
- **Johannisstraße:** Aufenthaltsqualität verbessern und Quartiersmanagement weiterentwickeln
- **Achse Bahnhof – Innenstadt:** Visitenkarte der Stadt systematisch verbessern

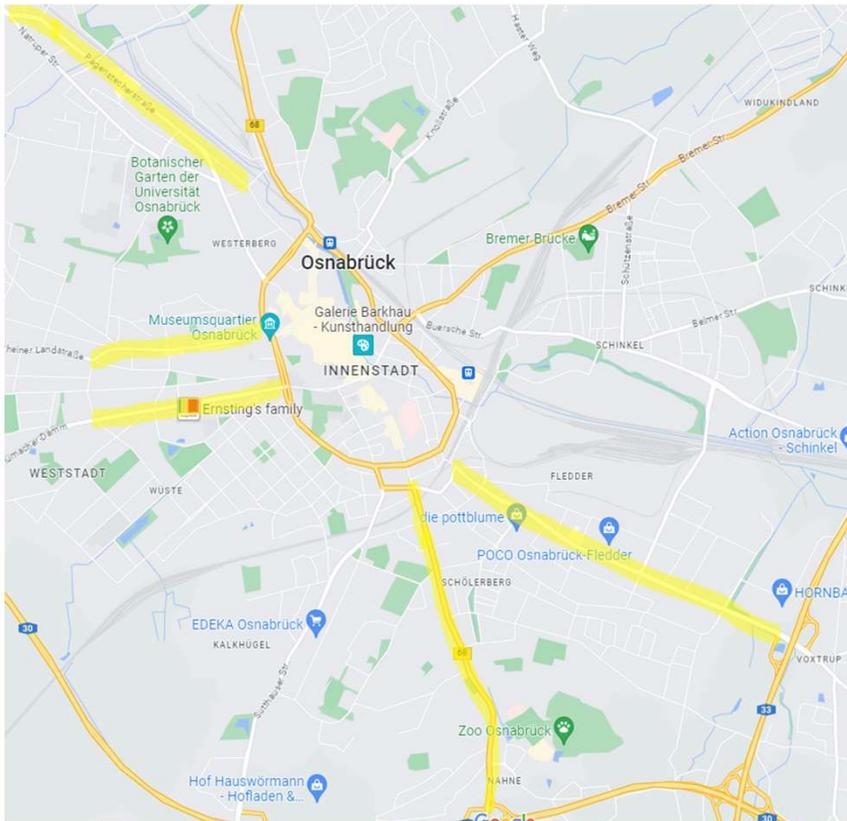
## Allgemein

- Individuellen Charakter der Quartiere stärken
- Aufenthaltsqualität in den Quartieren verbessern
- Leerstandsmanagement intensivieren
- Immobilieneigentümer stärker einbinden
- Nutzungskonflikte vermeiden



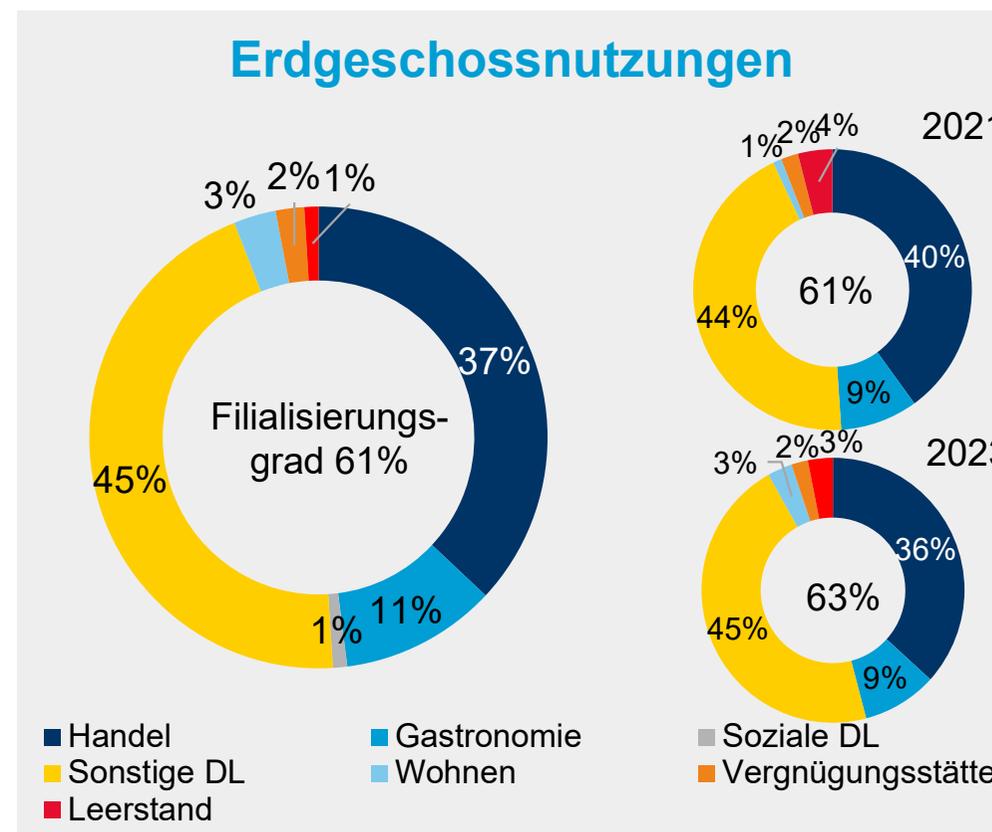
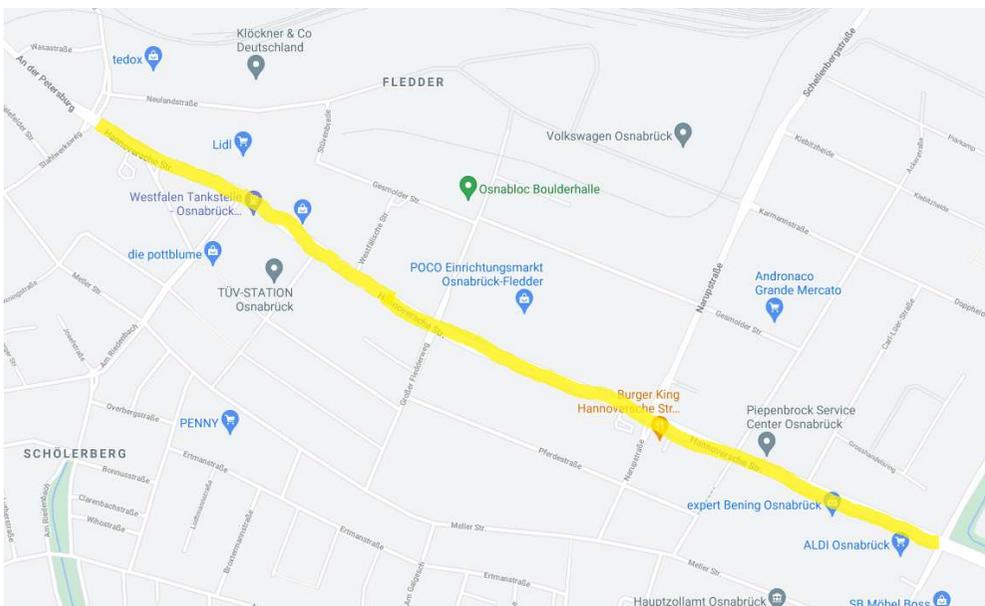
# Ergebnisse Quartierscheck

Einfallstraßen



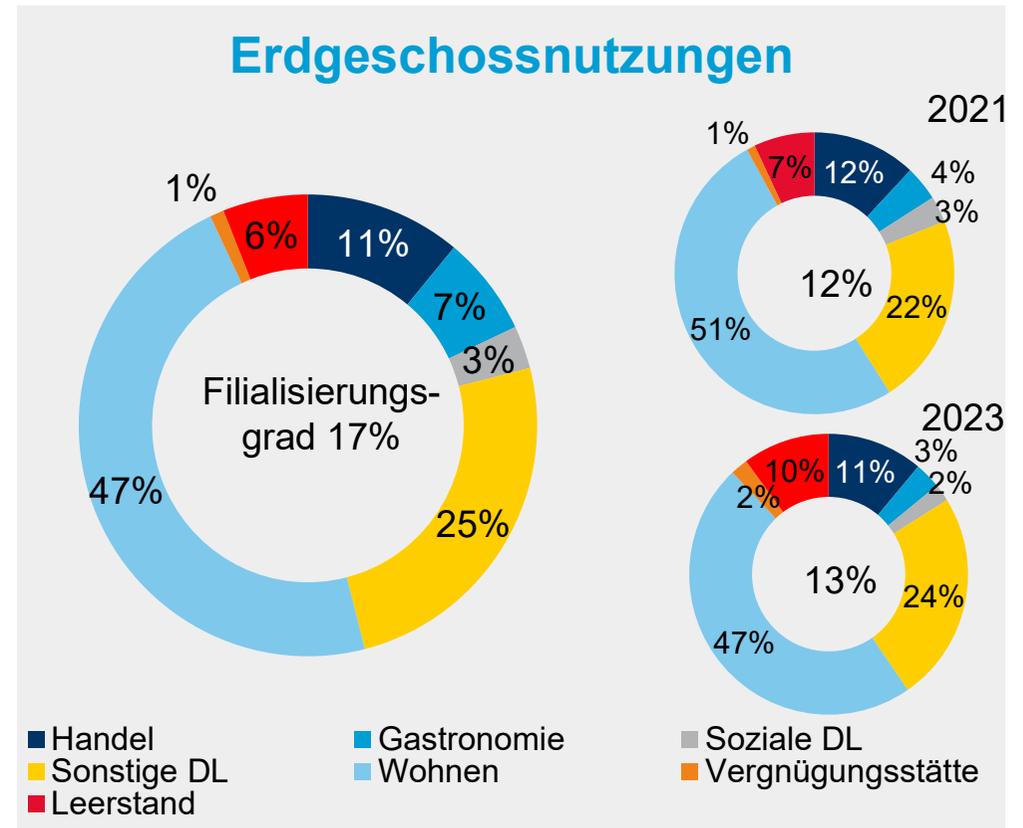
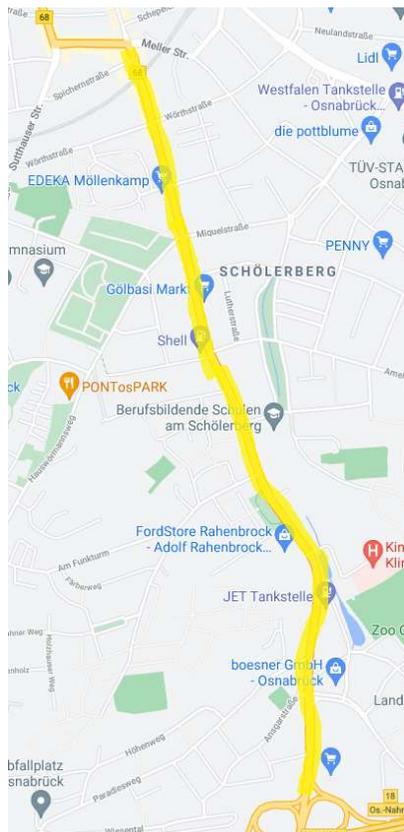
- Hannoversche Straße
- Iburger Straße
- Lotter Straße
- Martinistraße
- Pagenstecher Straße

# Hannoversche Straße: Großhandel und großflächiger Einzelhandel prägend



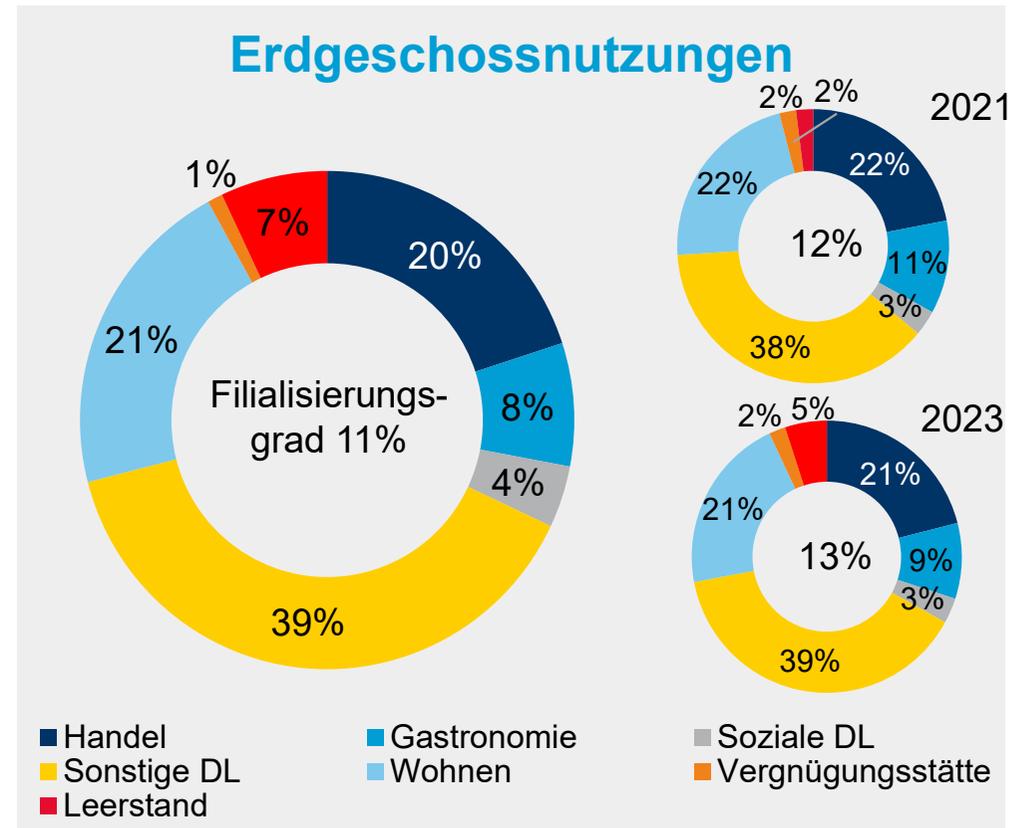
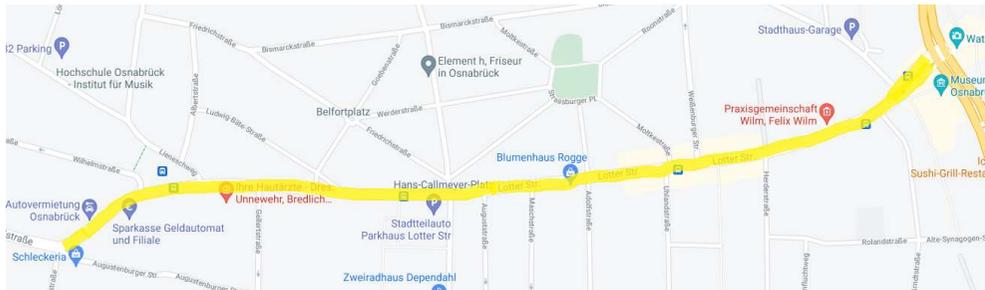
n = 93

# Iburger Straße: Hoher Wohnanteil und steigender Filialisierungsgrad



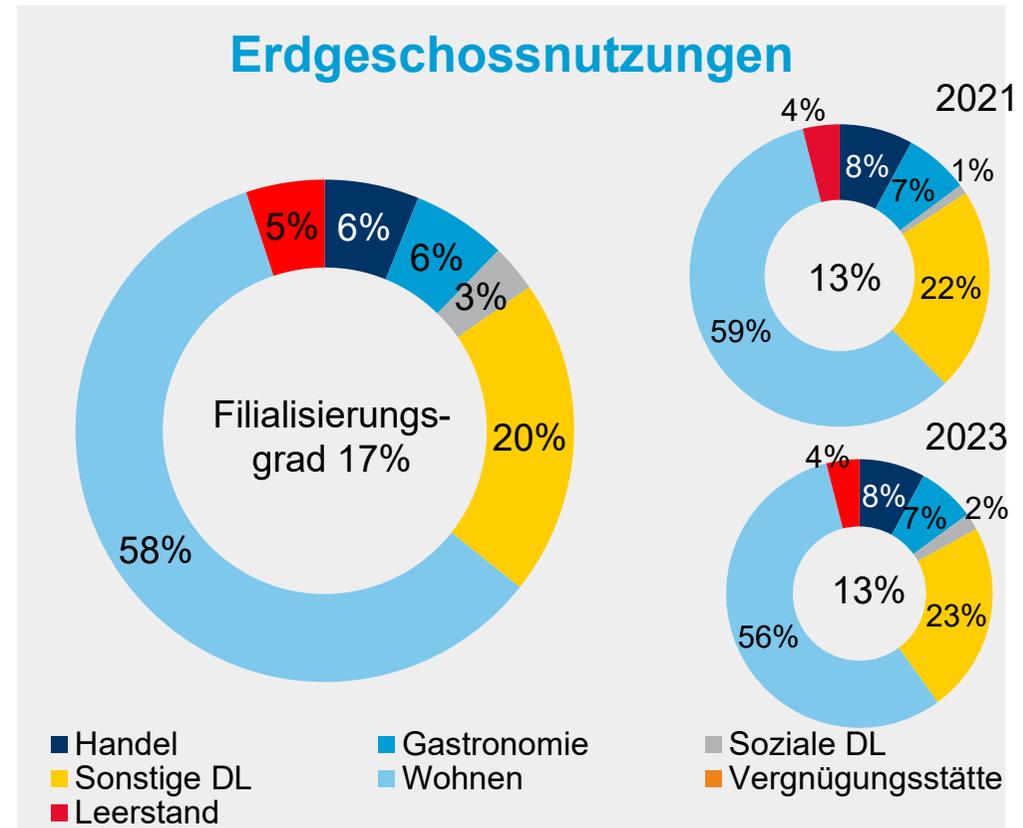
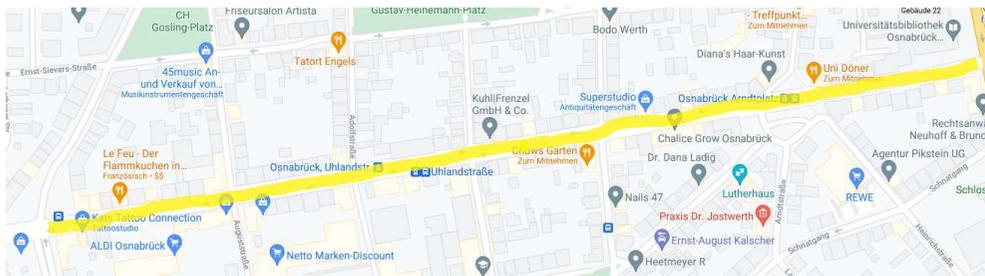
n = 217

# Lotter Straße: Attraktive Mischung, aber steigender Leerstand



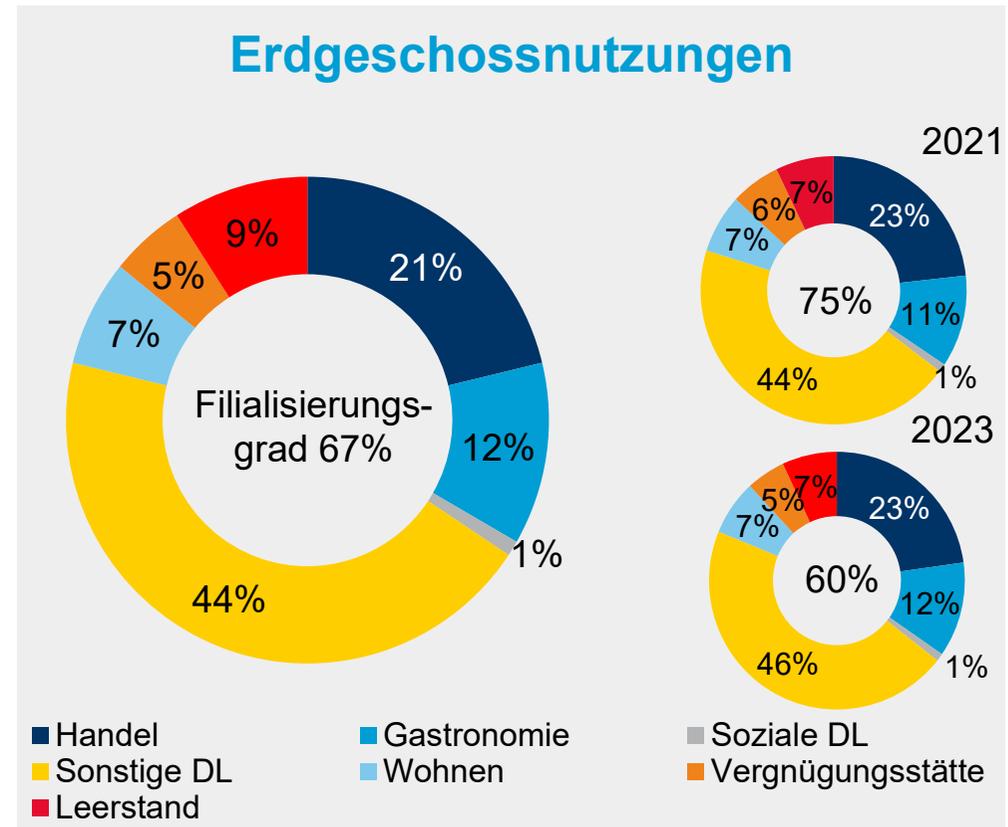
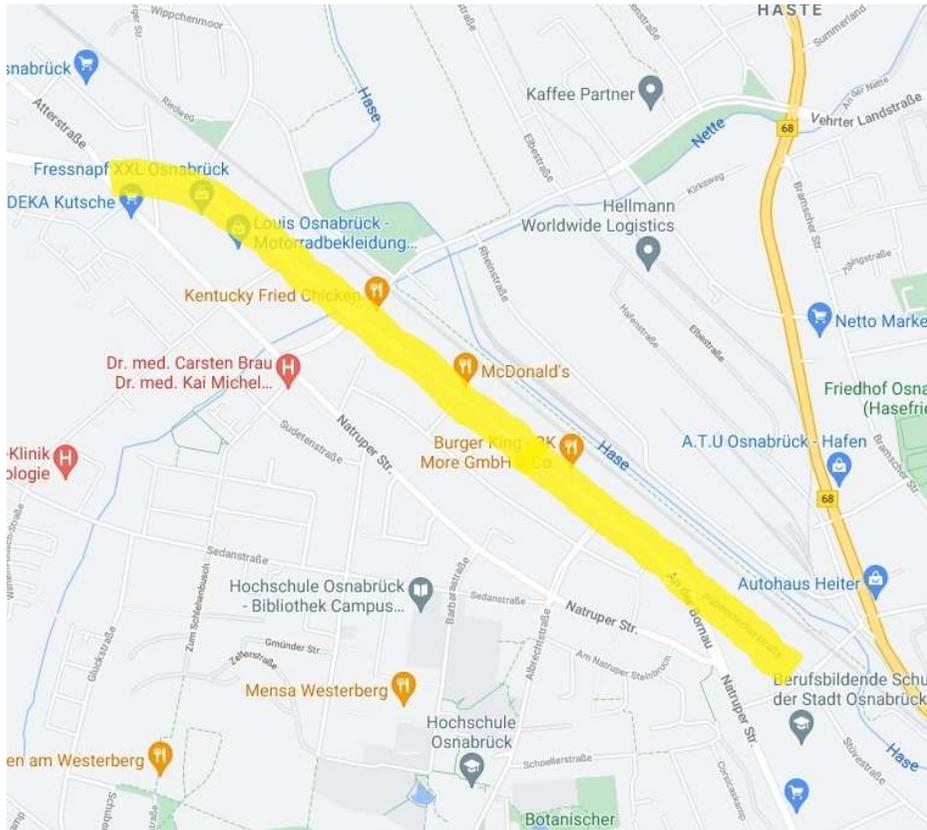
n = 134

# Martinstraße: Einfallstraße mit hohem Wohnanteil



n = 103

# Pagenstecherstraße: Großhandel und KfZ-Handel prägend



n = 99

# Übersicht Einfallstraßen – Geringere Veränderungen als in der Innenstadt



Quartier	Handel	Gastro- nomie	Filialisten	Soziale DL	Sonstige DL	Wohnen	Vergnüg.- stätte	Leerstand
Hannoversche Straße	<b>37% (40%)</b>	11% (9%)	61% (61%)	1% (0%)	45% (44%)	3% (1%)	2% (2%)	<b>1% (4%)</b>
Iburger Straße	11% (12%)	7% (4%)	17% (12%)	3% (3%)	25% (22%)	47% (51%)	1% (1%)	6% (7%)
Lotter Straße	20% (22%)	8% (11%)	<b>11% (12%)</b>	4% (3%)	39% (38%)	21% (22%)	1% (2%)	7% (2%)
Martinistraße	<b>6% (8%)</b>	<b>6% (7%)</b>	17% (13%)	3% (1%)	20% (22%)	58% (59%)	<b>0% (0%)</b>	5% (4%)
Pagenstecherstraße	21% (23%)	<b>12% (11%)</b>	<b>67% (75%)</b>	1% (1%)	44% (44%)	7% (7%)	<b>5% (6%)</b>	<b>9% (7%)</b>

(Werte 2021 in Klammern)

## Übersicht Einfallstraßen – Geringere Veränderungen als in der Innenstadt



Quartier	Handel	Gastro- nomie	Filialisten	Soziale DL	Sonstige DL	Wohnen	Vergnüg.- stätte	Leerstand
Hannoversche Straße	<b>37% (36%)</b>	11% (9%)	61% (63%)	1% (0%)	45% (45%)	3% (3%)	2% (2%)	<b>1% (3%)</b>
Iburger Straße	11% (11%)	7% (3%)	17% (13%)	3% (2%)	25% (24%)	47% (47%)	1% (2%)	6% (10%)
Lotter Straße	20% (21%)	8% (9%)	<b>11% (13%)</b>	4% (3%)	39% (39%)	21% (21%)	1% (2%)	7% (5%)
Martinistraße	<b>6% (8%)</b>	<b>6% (7%)</b>	17% (13%)	3% (2%)	20% (23%)	58% (56%)	<b>0% (0%)</b>	5% (4%)
Pagenstecherstraße	21% (23%)	<b>12% (12%)</b>	<b>67% (60%)</b>	1% (1%)	44% (46%)	7% (7%)	<b>5% (5%)</b>	<b>9% (7%)</b>

(Werte 2023 in Klammern)



## Kernergebnisse

- Einzelhandel spielt an Einfallstraßen eine untergeordnete Rolle (großflächig oder als Nahversorger)
- Einfallstraßen mit wichtiger verkehrlicher Funktion für die Erreichbarkeit der Innenstadt
- Hoher Anteil sonstiger Dienstleistungen durch Großhandel, Kfz-Betriebe und Handwerk sorgt für erhöhtes Lkw-Verkehrsaufkommen

## Handlungsempfehlungen

- Ausweitung innenstadtrelevanter Sortimente an den Einfallstraßen vermeiden
- Nutzungskonflikte zwischen Gewerbe, Wohnen und Verkehr vermeiden
- Einfallstraßen und Innenstadt durch geschlossenen Autobahnring und stadtrandnahe Umfahrungsmöglichkeiten entlasten
- Radverkehr über Parallelstraßen führen (Beitrag Verkehrssicherheit)



## Anke Schweda

**Geschäftsbereichsleiterin  
Standortentwicklung**

0541 353-210

[schweda@osnabrueck.ihk.de](mailto:schweda@osnabrueck.ihk.de)



## Gerhard Dallmüller

**Projektleiter Handel**

0541 353-225

[dallmoeller@osnabrueck.ihk.de](mailto:dallmoeller@osnabrueck.ihk.de)



[osnabrueck.ihk24.de](https://osnabrueck.ihk24.de)



[osnabrueck.ihk24.de/newsletter](https://osnabrueck.ihk24.de/newsletter)



Anlage

## 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, Großhandel, Kfz-Handel, Fitnessstudios, Kino, Kultureinrichtungen, Hotel, Bibliothek, alle öffentlichen Dienstleistungen, Musikschule, Änderungsschneiderei, Handwerker, Arztpraxen etc.

### Wohnen

**Vergnügungsstätte:** Spielhalle, Wettbüro, Bordelle

**Leerstand** (zum Zeitpunkt der Erhebung)

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