



Landeshauptstadt
Mainz

Einzelhandelsmonitoring der Landeshauptstadt Mainz

Juli 2017

- 0. **Inhaltsverzeichnis**

- 1. **Systematik und Ziele des Mainzer Einzelhandelsmonitorings**
- 1.1. **Systematik**
- 1.2. **Ziele**
- 1.3. **Untersuchungsgebiet**

- 2. **Auswertung**
- 2.1. **Entwicklung der Einzelhandelsgeschäfte**
- 2.2. **Entwicklung der Ladengeschäfte**
- 2.3. **Entwicklung der Leerstände**
- 2.4. **Entwicklung der Filialisierung**

- 3. **Zusammenfassung: Entwicklung des Einzelhandels**

1. Systematik und Ziele des Mainzer Einzelhandelsmonitorings

1.1. Systematik

Das Einzelhandelsmonitoring der Landeshauptstadt Mainz wurde im Juli 2017 zum 22. Mal durchgeführt. Dabei wurden die Straßen der Mainzer Innenstadt kartiert und systematisch nach Namen der Geschäfte, Branchen, Filialisierung sowie Leerständen erfasst. Wie in den vergangenen beiden Jahren wurde auch für diese Erhebung die Erfassung nicht genutzter Ladenflächen in Leerstand und Umbau aufgeteilt.

Seit 2012 hat die Landeshauptstadt Mainz die Erfassung der für die Erhebung relevanten Daten an die statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Union (NACE Rev. 2) angepasst. Diese Anpassung bietet eine zuverlässige und vergleichbare Statistik auf Basis der gemeinsamen statistischen EU-Normen und wird über das statistische Bundesamt (Destatis) zur Verfügung gestellt.

1.2. Ziele

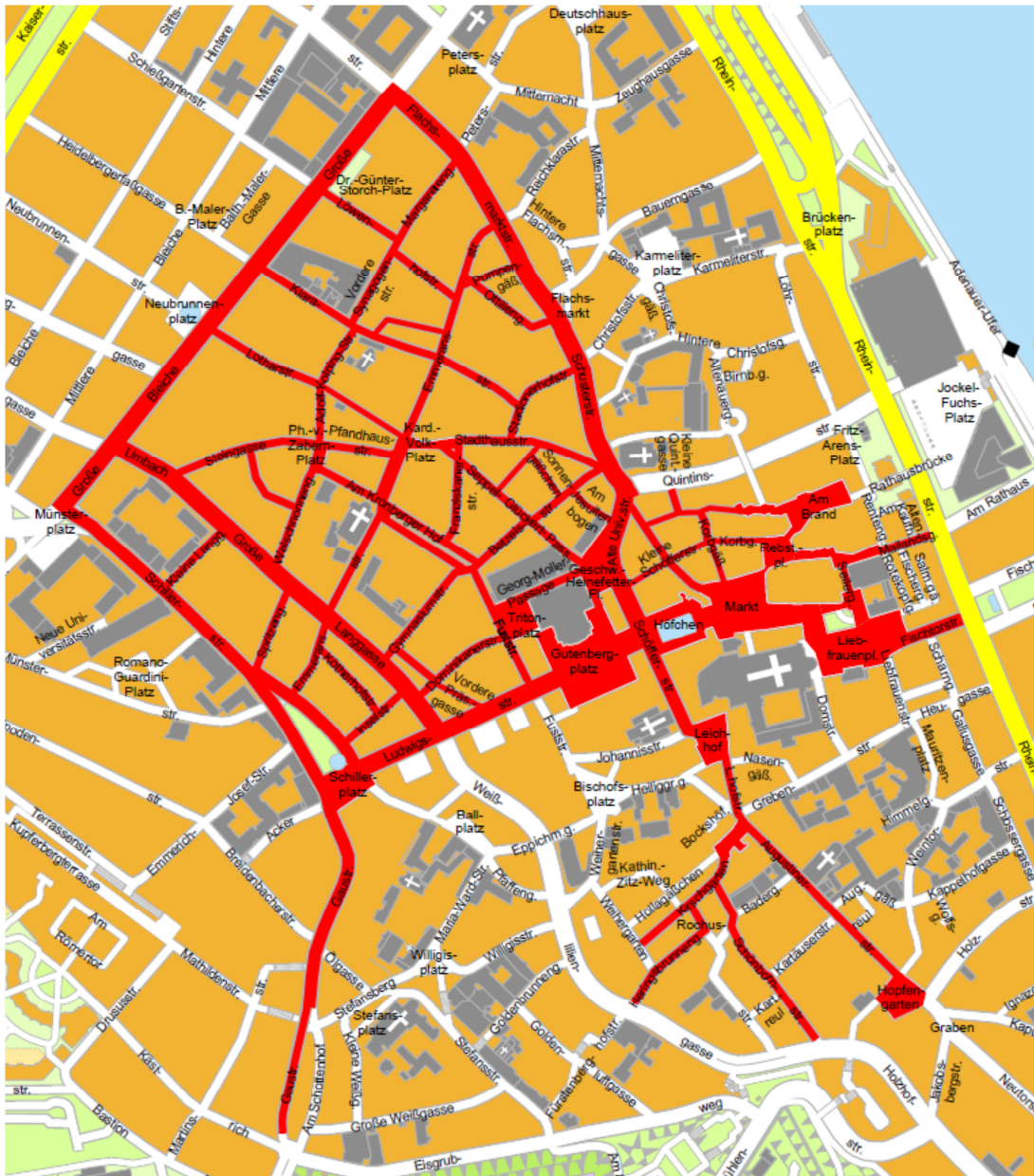
Ziel des Monitorings ist es festzustellen, wie sich die Entwicklung des Einzelhandels in der Mainzer Innenstadt aktuell darstellt und diese mit den vorangegangenen Ergebnissen zu vergleichen.

Dabei stehen folgende Fragen im Mittelpunkt:

- Wo sind positive bzw. negative Entwicklungen besonders sichtbar?
- Verfügt Mainz über einen gesunden Branchenmix?
- Behält die Stadt Mainz ihr „typisches Gesicht“?
- Welche Veränderungen in der Branchenzusammensetzung, Filialisierungsgrad und bei den Leerständen sind zu erkennen?

Das Monitoring dient unter anderem als „Frühwarnsystem“ für die innerstädtischen Entwicklungen der Einzelhandelslandschaft. Aufgrund der Erkenntnisse können Politik und Verwaltung der Landeshauptstadt Mainz steuernd eingreifen und z.B. Eigentümern bei der Vermarktung von Einzelhandelsflächen zur Seite stehen. Zudem wird Bürgerinnen und Bürgern sowie Einzelhändlern und Institutionen ein Überblick über die Entwicklung des Einzelhandels im Bereich der Innenstadt ermöglicht.

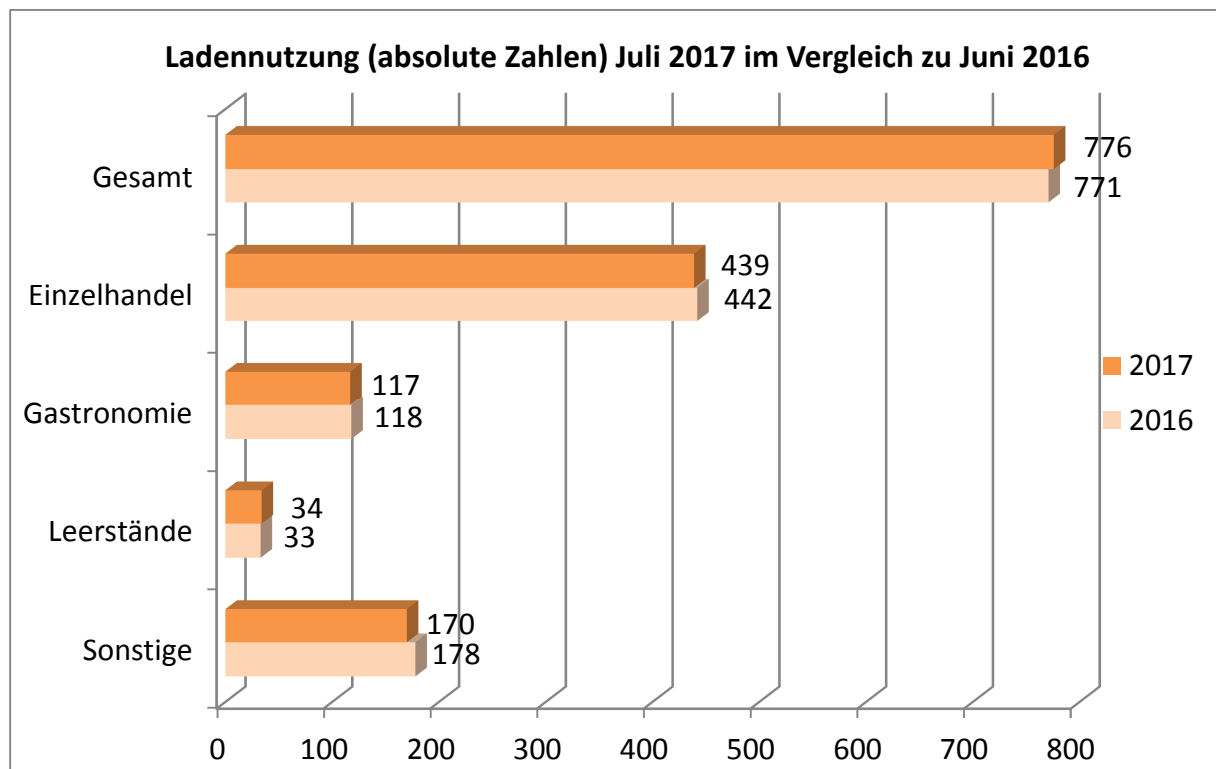
1.3. Untersuchungsgebiet der Innenstadt



Zum Erfassungsgebiet des Einzelhandelsmonitorings gehören folgende Straßen:

Adolf-Kolping-Straße, Augustinerstraße, Betzelsstraße, Am Brand, Dominikanerstraße, Emmeransstraße, Fischtorstraße, Flachmarktstraße, Fuststraße, Gaustraße, Große Bleiche, Große Langgasse, Gutenbergplatz, Gymnasiumstraße, Heringsbrunnengasse, Höfchen, Inselstraße, Kirschgarten, Klarastraße, Korbegasse, Kötherhofstraße, Am Kronberger Hof, Leichhof, Lotharstraße, Ludwigsstraße, Mailandsgasse, Markt, Pfandhausstraße, Römerpassage, Schillerplatz, Schillerstraße, Schöffersstraße, Schönbornstraße, Schusterstraße, Seppel-Glückert-Passage, Spritzengasse, Stadthausstraße, Steingasse, Umbach und Welschnonnengasse.

2. Auswertung



Ausgehend von 776 zur Verfügung stehenden Ladenlokalen zeigt die Abbildung, wie diese derzeit genutzt werden. Den größten Anteil an den Nutzungen hat der Einzelhandel mit 439 Geschäftsräumen, gefolgt von 170 sonstigen und 117 gastronomischen Nutzungen. In 34 Ladenlokalen waren zum Erhebungszeitpunkt Leerstände zu verzeichnen. Die sonstigen Nutzungen betreffen Ladenlokale, die nicht im Einzelhandel genutzt werden. Dazu gehören u.a. kirchliche Einrichtungen, Versicherungsagenturen und Banken, Copy-Shops und Schuhmacher / Schlüsseldienste, Kultur- und Sporteinrichtungen, Erziehungseinrichtungen und Unterrichtsräume sowie Gebäude des Öffentlichen Dienstes (z.B. das Umwelt-Informations-Zentrum der Landeshauptstadt Mainz) aber auch das Energiekaufhaus der EWR und der Entega-Shop.

2.1. Entwicklung der Einzelhandelsgeschäfte

Entwicklung der Einzelhandelsgeschäfte	Jul 14	Jul 15	Jun 16	Jul 17
Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte	442	436	442	439

Die Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte in der Mainzer Innenstadt nahm im Vergleich zum Vorjahr um drei Einzelhandelsgeschäfte ab.

Aus der Detaillauswertung der erhobenen Daten geht hervor, dass verschiedene Einzelhandelsbranchen am Markt unterschiedlich präsent sind.

Der Textileinzelhandel ist mit 112 Geschäften am stärksten vertreten. An zweiter Stelle steht der Einzelhandel mit Schmuck und Uhren (38), es folgen der „sonstige Einzelhandel“ (z.B. private Galerien, Kunstgegenstände, Geschenke, Briefmarken und Münzen) (36), der Handel mit Schuh- und Lederwaren (30), Einzelhandel mit Möbel und Einrichtungsgegenständen (27) und der Einzelhandel mit Back- und Süßwaren (22).

Eine weitere größere Gruppe besteht aus Einzelhändlern der Branchen Telekommunikation, Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln sowie Apotheken.

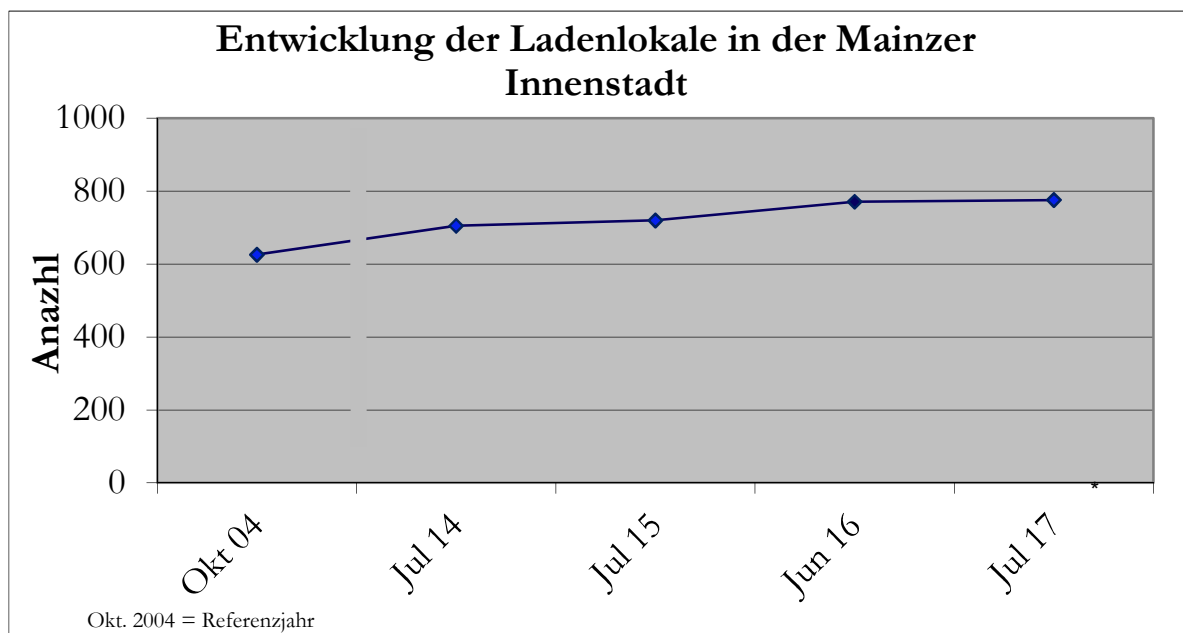
Hinter der Bezeichnung „Einzelhandel mit Waren verschiedener Art“, Haupttrichtung Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren (17) stehen unter anderem die innerstädtischen Nahversorger wie Frischemärkte und Discounter.

Eine große Gruppe bildet auch der Bereich „Friseure und Kosmetik“ mit 55 Unternehmen innerhalb des Kontrollbereiches. Im gesamten Erhebungsgebiet existieren keine Betriebe des Kraftfahrzeuggewerbes und keine Tankstellen.

Die Innenstadt der Landeshauptstadt Mainz weist für den täglichen aber auch mittelfristigen Konsum einen gesunden Branchenmix auf.

2.2. Entwicklung der Ladenlokale

Langfristige Entwicklung der Zahl der Ladenlokale					
Jahr	Okt 04	Jul 14	Jul 15	Jun 16	Jul 17
Anzahl der Ladenlokale	626	705	720	771	776
Entwicklung in %	100,0%	112,6%	115,0%	123,2%	124,0%
Entwicklung der Ladenlokale		79	94	145	150
Bezugsgröße: Oktober 2004 = 100%					

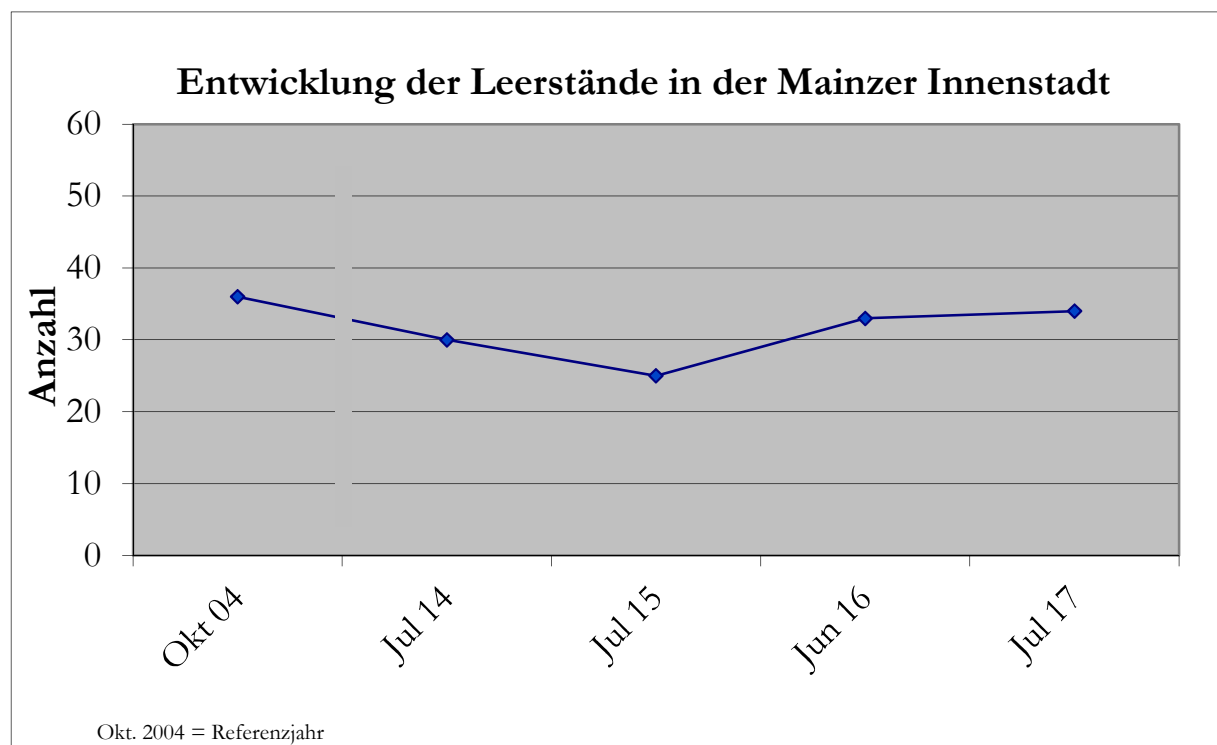


Im Erhebungsgebiet ist die Zahl der erfassten Ladenlokale durch Neu- und Umbau, im Vergleich zum Juni 2016, um fünf Verkaufsstellen gestiegen (776). In der Zahl der Ladenlokale sind auch Betriebe und Institutionen enthalten, die keinen klassischen Einzelhandel betreiben, jedoch im Geschäftsverkehr mit ihren Kundinnen und Kunden ein Ladenlokal nutzen. Darunter sind Banken, Versicherungen, sonstige wirtschaftliche Dienstleister (z.B. Reisebüros, Friseursalons) usw. zu zählen. Wie viele Ladenlokale die jeweiligen Branchen belegen, kann nur über eine Auszählung des Monitorings ermittelt werden. Aufgrund des erheblichen Umfangs wurden jedoch nur die größten Branchengruppen unter Nr. 2.1. auf Seite 6 übernommen.

Wie in den vergangenen Jahren zeigt auch dieses Monitoring, dass in der Mainzer Innenstadt überwiegend inhabergeführte Unternehmen etabliert sind. Eine bemerkbare Fluktuation konnte festgestellt werden, die Quote der Leerstände ist jedoch annähernd gleich geblieben.

2.3. Entwicklung der Leerstände

Entwicklung der Zahl der Leerstände im Vergleich zu 2004					
Jahr	Okt 04	Jul 14	Jul 15	Jun 16	Jul 17
Anzahl der Leerstände	36	30	25	33	34
Entwicklung in %	100%	83,3%	69,4%	91,7%	94,4%
Entwicklung der Leerstände		-6	-11	-3	-2
Bezugsgröße: Oktober 2004 = 100%					



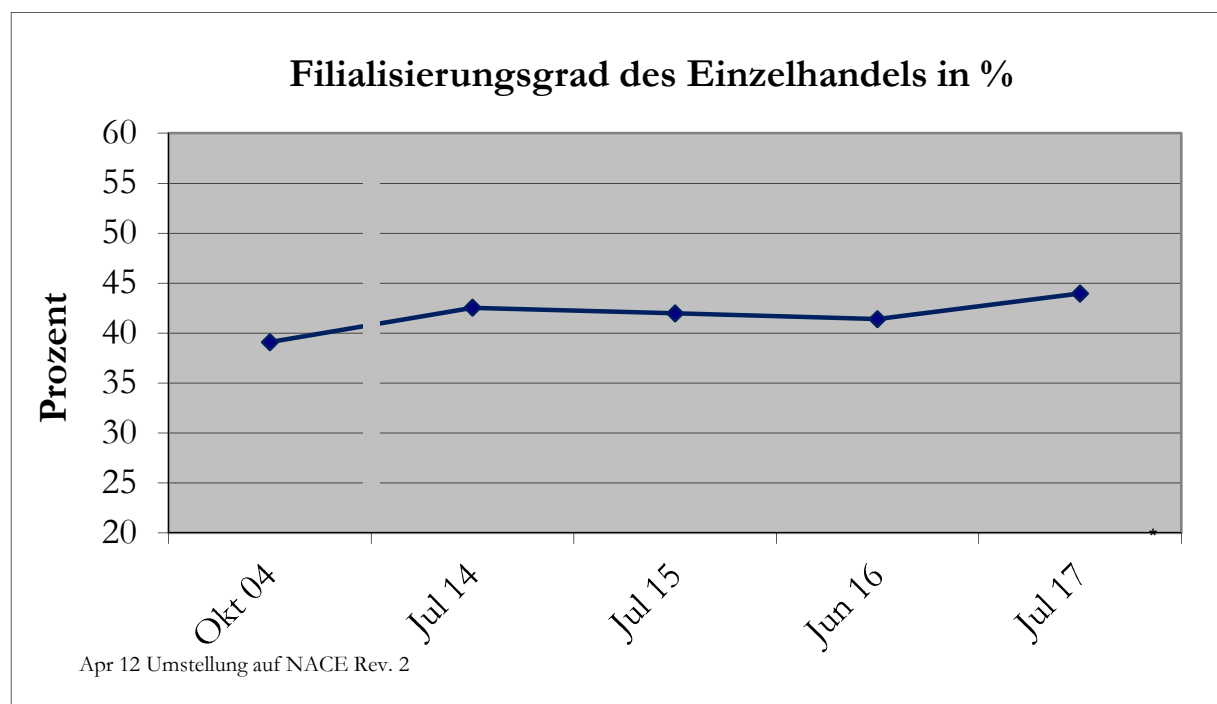
Für die aktuelle Erhebung wurde die Erfassung nicht genutzter Ladenflächen erneut in Leerstand und Umbau aufgeteilt. Die Gesamtzahl der aktuell nicht genutzten Räume ist mit 51 in diesem Jahr etwas gestiegen.

Von diesen Ladenflächen wurden zum Zeitpunkt der Erhebung 17 umgestaltet, sodass ein „echter“ Leerstand von 34 Ladenlokalen (siehe Abb. oben) verbleibt. Dies entspricht 4,38 % der, als Ladenfläche zu Verfügung stehenden, Gewerberäume (776) und erreicht somit einen ähnlichen Wert wie im Jahr zuvor.

2.4. Entwicklung der Filialisierung

Entwicklung des Filialisierungsgrads im Vergleich zu 2004					
Jahr	Okt 04	Jul 14	Jul 15	Jun 16	Jul 17
Anzahl der Filialen	172	188	183	183	193
Entwicklung in %	39,09	42,53	41,97	41,4	43,96
Bezugsgröße: Zahl der Ladengeschäfte 2004-2011, Zahl der Einzelhandelsgeschäfte seit Umstellung auf NACE Rev. 2 in 2012					

Filialisierung in den 1A Lagen - Juli 2017		
	Einzelhandel	davon Filialen
Am Brand	33	31
Stadthausstraße	30	24
Schusterstraße	32	26
Summe	95	81
Prozent	100	85,3



Insgesamt werden 193 der 439 Einzelhandelsgeschäfte der Mainzer Innenstadt von einem Filialisten betrieben. Im Vergleich zur vergangenen Erhebung ist somit der Filialisierungsgrad auf 43,96% leicht gestiegen (+ 2,56%).

In den 1A-Lagen „Am Brand, Schusterstraße und Stadthausstraße“ ist eine minimale Veränderung von + 0,9% festzustellen. Diese Bereiche weisen im Verhältnis zum Gesamtbild einen ungefähr doppelt so hohen Filialisierungsgrad (85,3 % zu 43,96 %) auf.

Der hohe Filialisierungsgrad in 1A-Lagen ist grundsätzlich den Firmenkonzerten sowie den daraus erwachsenden Marktmechanismen (aus Höhe der Mietpreise und finanziellen Ressourcen der Unternehmen) geschuldet. Dies steht in engem Zusammenhang mit dem Tripol-Konzept der Landeshauptstadt Mainz.

Im Vergleich zu den Zahlen der Mainzer 1A-Lagen, wurde auf den Frankfurter Haupteinkaufsstraßen ein Filialisierungsgrad von ca. 87 % festgestellt. In mittleren Städten wird weiterhin eine jährliche Steigerung des Filialisierungsgrades von ca. 3,8 % gemessen (Angaben der IHK Frankfurt a.M., <http://www.frankfurt-main.ihk.de/branchen/handel/themen/filialisierung>, Zugriff am 28.07.2017).

Diesem Trend hat sich Mainz zum dritten Mal in Folge entzogen.

3. Zusammenfassung: Entwicklung des Einzelhandels

Die vorliegende Auswertung des 22. Einzelhandelsmonitorings zeigt erneut, dass die Mainzer Innenstadt für Gewerbetreibende, ohne große Bestandsveränderungen, weiterhin attraktiv ist und einen gesunden, vielfältigen Branchenmix bietet. Die geringe Leerstandsquote sowie die konstant leicht überdurchschnittliche Zahl an inhabergeführten Einzelhandelsgeschäften sind Indizien für eine individuelle Ausprägung des Oberzentrums.

Die Attraktivität eines Quartieres oder einer Straße hängt maßgeblich von den Aktivitäten der Einzelhändler, sowie der zeitnahen Neuvermietung von entstehenden Leerständen ab. Hierbei sind die Reaktionsgeschwindigkeit und die Flexibilität der Immobilienbesitzer bzw. -verwalter entscheidend. Unnötig lange Leerstände, auch aufgrund fortlaufender Mietzahlungen ehemaliger Nutzer, reduzieren die Attraktivität eines Quartiers erheblich und erschweren den verbleibenden Einzelhändlern ihre Geschäftstätigkeit.

Die festgestellte geringe Leerstandsquote zeigt, dass die Mainzer Wirtschaftsförderung, mit Hilfe des Leerstandsmanagements, den Gewerbetreibenden erfolgreich zu Seite steht.

Redaktion und Kontakt:

Stadtverwaltung Mainz
Amt für Wirtschaft und Liegenschaften
Abt. Wirtschafts- und Strukturförderung
wirtschaftsfoerderung@stadt.mainz.de
Tel.: 0 61 31 / 12 25 49