



Landeshauptstadt
Mainz

Innenstadtmonitoring der Landeshauptstadt Mainz

2021

Inhalt

Einleitung.....	2
Zielsetzung.....	4
Methodik.....	5
Auswertung	8
Entwicklung des Branchenmix	8
Entwicklung des Einzelhandels	9
Filialisierung im Einzelhandel	10
Entwicklung der Leerstände	11
Entwicklung des Nutzungskonzepts	13
Fazit	15

Abbildungen

Abbildung 1: Untersuchungsgebiet des Innenstadtmonitorings 2021	5
Abbildung 2: Ladennutzung 2021 im Vergleich zum Vorjahr in der Mainzer Innenstadt.....	8
Abbildung 3: Filialisierungsgrad des Einzelhandels 2021 in der Mainzer Innenstadt.....	10
Abbildung 4: Entwicklung der Leerstände 2021 in der Mainzer Innenstadt.....	12
Abbildung 5: Entwicklung der Ladenlokale 2021 in der Mainzer Innenstadt.....	13

Tabellen

Tabelle 1: Entwicklung des Einzelhandels zwischen 2016 und 2021 in der Mainzer Innenstadt...	9
Tabelle 2: Filialisierung in den 1A-Lagen der Mainzer Innenstadt 2021	11
Tabelle 3: Entwicklung der Leerstände zwischen 2016 und 2021 in der Mainzer Innenstadt	12



Einleitung

Die Landeshauptstadt Mainz ist Unternehmensstandort für viele kleine und mittelständische Unternehmen sowie eine Vielzahl von Familienunternehmen. Tür an Tür arbeiten diese mit international bekannten Playern, darunter auch einige Weltmarktführende (J.F. Hillebrand Group AG, HeidelbergCement AG, Biontech SE etc.). Nicht zuletzt ist Mainz ein prosperierendes Wirtschaftszentrum aufgrund seiner zentralen und gut vernetzten Lage. Im Rhein-Main-Gebiet profitiert Mainz von seiner Nähe zu den Großstädten Wiesbaden, Darmstadt und Frankfurt am Main. Eine exzellente Verkehrsanbindung besteht in Mainz durch das Autobahnnetz (A60, A63 mit Anbindung an die A3, A5, A61, A67), das gut ausgebaute Schienennetz mit Anbindung an Nah- und Fernverkehr, die Rheinlage für den Schifffverkehr und die nahegelegenen Flughäfen Frankfurt am Main und Frankfurt-Hahn. Mainz ist dadurch ein attraktiver Standort für Wirtschaft und Tourismus. In die Landeshauptstadt Mainz pendeln täglich über 70.000 Einpendler:innen. Vereinzelt kommen diese aus Berlin¹, denn Mainz ist als Landeshauptstadt wichtiger politischer Standort für das Bundesland Rheinland-Pfalz.

Neben dem attraktiven Standort schätzen die knapp 220.000 Bürger:innen an Mainz weitere Eigenschaften: Die Geselligkeit, die Offenheit und die Aufgeschlossenheit, die Herzlichkeit und die Bodenständigkeit². Der Rhein und Mainz als Great Wine Capital unterstützen dieses Lebensgefühl. Rund ein Fünftel der Bewohner:innen machen die Studierenden der vier Hochschulen in Mainz aus, welche von einem ausgezeichneten Zugang zu Bildung und Wissenschaft profitieren und das öffentliche Leben in Mainz prägen. Die Landeshauptstadt Mainz zeichnet sich zudem durch die über 2.000-jährige Geschichte der Stadt aus. Neben bekannten Persönlichkeiten wie Johannes Gutenberg, dem Dom oder Römerdenkmälern wurde Mainz 2021 als SchUM-Stätte Mainz zum UNESCO-Weltkulturerbe ernannt.

Mit Blick auf die Covid-19-Pandemie sind für das Innenstadtmonitoring 2021 die Auswirkungen auf die Strukturen der Innenstadt und die ansässigen Ladenlokale von Interesse. Zum Zeitpunkt der Erhebung durften Einzelhandelsgeschäfte sowie Gastronomiebetriebe im Innen- und Außenbereich unter Einhaltung der Auflagen der 24. Corona-Bekämpfungsverordnung Rheinland-Pfalz (24. CoBeLVO) vom 30. Juni 2021, abgelöst von der 25. Corona-Bekämpfungsverordnung Rheinland-Pfalz (25. CoBeLVO) vom 19. August 2021, wieder für Kund:innen öffnen. Unterschiedliche Maßnahmen, unter anderem initiiert durch die Landeshauptstadt Mainz, sollen die Innenstadt

¹ (Pendleratlas, Pendlerströme und Statistiken für Deutschland, 2021)

² (mainzgefühl.de, 2018)



wieder beleben, damit die Kaufkraft angekurbelt wird. Bereits vor der Corona-Krise war vor allem der innerstädtische, stationäre Handel durch diverse Herausforderungen (zunehmender Online-Handel etc.) unter Druck. Die COVID-19-Pandemie verschärft diese Wettbewerbssituation und animiert gleichzeitig Unternehmer:innen zur Digitalisierung des eigenen Unternehmensmodells. Inmitten des zweiten Corona-Jahrs können in diesem Innenstadtmonitoring erste Bilanzen zu Auswirkungen auf die Ladenlokale in der Mainzer Innenstadt gezogen werden. Jedoch zeigen die derzeit steigenden Inzidenzzahlen, dass Corona die ganze Welt noch weiter begleiten und die Folgejahre das vollumfängliche Ausmaß der COVID-19-Pandemie erst zeigen werden.



Zielsetzung

Das Innenstadtmonitoring der Landeshauptstadt Mainz wird jährlich im Sommer von der Wirtschafts- und Strukturförderung erhoben. Bisher wurde es als „Einzelhandelsmonitoring“ geführt. Auch weiterhin wird ein besonderes Augenmerk auf den Einzelhandel gelegt. Jedoch werden auch andere Branchen wie Gastronomie oder Dienstleistungen betrachtet, weshalb der Titel „Innenstadtmonitoring“ passender scheint.

Ziel des Innenstadtmonitoring ist es, die Entwicklung der Ladenlokale in der Mainzer Innenstadt zu verfolgen und jährliche Veränderungen auszuwerten, um bei Bedarf entsprechend und rechtzeitig reagieren zu können. Von besonderer Bedeutung ist dabei auch die Berechnung der Leerstandsquote. Im Allgemeinen sind Leerstände in Innenstädten eine große Herausforderung für alle Kommunen, da durch Trading-Down-Effekte die Nachbarschaft abgewertet werden kann. Das Innenstadtmonitoring dient in diesem Fall als „Frühwarnsystem“, um präventiv agieren zu können. Besonders mit Blick auf die COVID-19-Pandemie sollen durch die Auswertung der Leerstände erste Rückschlüsse auf das Ausmaß der Corona-Auswirkungen (z.B. Geschäftsaufgaben) in der Mainzer Innenstadt möglich sein.

Die Landeshauptstadt Mainz möchte eine lebendige Innenstadt mit einem gesunden Branchenmix erhalten und gleichzeitig dem Wandel der gesellschaftlichen Ansprüche an eine Innenstadt gerecht werden. Die Mainzer Innenstadt ist von einem überdurchschnittlich hohen Anteil an inhabergeführten Einzelhandelsgeschäften geprägt, was es zu wahren gilt.

Seit 2004 werden jährlich Erhebungen in der Mainzer Innenstadt erstellt, Kennzahlen ausgewertet und Analysen angefertigt. Dadurch wird eine Vergleichbarkeit zwischen den Erhebungsjahren sichergestellt und eine Reaktion auf sich anbahnende Veränderungen möglich. Mit der Auswertung des Innenstadtmonitorings gehen keine verbindlichen Handlungsschritte einher. Dennoch wird das Monitoring sowohl von der Wirtschaftsförderung als auch von anderen Stellen in der Stadtverwaltung der Landeshauptstadt Mainz, der Politik und externen Personen als Informationsmedium genutzt. Die Wirtschaftsförderung beachtet im besonderen Maße negative und auffallende Entwicklungen, um die weitere Entwicklung der Innenstadt aktiv gestalten zu können.

Methodik

Die Erhebung der Daten erfolgte als manuelle Zählung. Im Erhebungszeitraum vom 27. Juli bis zum 20. August 2021 wurden die in Abbildung 1 rot markierten Straßen begangen. Das Untersuchungsgebiet bildet die Innenstadt von Mainz ab und entspricht dem Gebiet des Vorjahres.



Abbildung 1: Untersuchungsgebiet des Innenstadtmonitorings 2021

Folgende Straßen und Plätze wurden begangen und untersucht:

- Adolf-Kolping-Straße
- Am Brand
- Am Kronberger Hof
- Augustinerstraße
- Bahnhofstraße
- Betzelsstraße
- Dominikanerstraße
- Emmeransstraße
- Fischtorstraße
- Flachmarktstraße
- Franziskanerstraße
- Fuststraße
- Gaustraße
- Große Bleiche
- Große Langgasse
- Gutenbergplatz
- Gymnasiumstraße
- Heringsbrunnengasse

- Höfchen
- Inselstraße
- Klarastraße
- Kleine Langgasse
- Kirschgarten
- Korb-gasse
- Kötherhofstraße
- Leichhof
- Leichhofstraße
- Lotharstraße
- Ludwigsstraße
- Mailandsgasse
- Markt
- Pfandhausstraße
- Philip-von-Zabern-Platz
- Römerpassage
- Schillerplatz
- Schillerstraße
- Schöff-erstraße
- Schönbornstraße
- Schusterstraße
- Seilergasse
- Seppel-Glückert-Passage
- Sonnengässchen
- Spritzengasse
- Stadionerhofstraße
- Stadthausstraße
- Steingasse
- Umbach
- Vordere Präsenzstraße
- Welschsonnengasse

Zudem wurden nachstehende Straßen und Plätze begangen, jedoch wurden hier keine Hauptein-gänge von Ladenlokalen identifiziert:

- Alte Universitätsstraße
- Am Jesuitenbogen
- Georg-Maler-Passage
- Kleine Schöff-erstraße
- Korb-gäßchen
- Löwenhofstraße
- Ottiliengasse
- Pumpengäßchen
- Tritonplatz
- Vordere Synagogenstraße

Bei der Begehung der einzelnen Straßen wurden alle Ladenlokale inklusive der zugehörigen Straße und Hausnummer manuell tabellarisch aufgenommen.

Als „Ladenlokal“ wurden alle im Untersuchungsgebiet gewerblich genutzten Erdgeschoss-lagen gezählt. Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsgeschäfte, Bürger- und Touristeninformationen wurden als „Ladenlokal“ gewertet. Verwaltungsgebäude, soziale Einrichtungen (z.B. Kindergärten), Verbände und Vereinigungen oder religiöse Glaubens-einrichtungen wurden zur Vollständigkeit und Orientierung notiert, zählen jedoch nicht als „Ladenlokal“ und sind damit kein Bestandteil der Auswertung.

DEFINITION

Ladenlokale, die mehrere Eingänge haben, wurden einfach gezählt. Einige Gebäude haben Ihre Ladenflächen unterteilt, sodass mehrere Ladenlokale mit derselben Adresse auftauchen. Ersicht-liche Änderungen bei Ladenlokalen gegenüber dem Vorjahr wurden in der Erhebung besonders hervorgehoben.

Leerstehende Ladenlokale wurden notiert und falls vorhanden, wurden die Kontaktdaten der Vermieter:innen / der Immobilienmakler:innen aufgenommen. Es wurde während der Begehung auf die korrekte Einteilung nicht genutzter Ladenfläche in die Kategorien „Leerstand“ (in der ta-

bellarischen Auswertung mit „Z“ gekennzeichnet) und „Umbau“ (mit „Y“ gekennzeichnet) geachtet.

Als „Umbau“ zählen dabei die Ladenlokale, in denen die Ladenfläche sichtbar umgestaltet wurde. Unter „Leerstände“ fallen die Läden, bei denen keine aktiven Arbeiten erkannt wurden. Bei der Kategorisierung ist zu beachten, dass „echter Leerstand“ nicht immer von außen erkennbar ist. Nicht eindeutig zuordenbare Flächen wurden als „Leerstand“ gezählt, sofern der Wirtschafts- und Strukturförderung nicht andere Informationen vorlagen.

DEFINITION

Im Anschluss wurden alle händisch aufgenommenen Daten mit Hilfe einer Excel-Tabelle digitalisiert. Den Ladenlokalen wurden NACE-Codes zugeordnet. Durch die Verwendung der EU-weit anerkannten NACE-Codes werden die statistischen Daten auf europäischer Ebene vergleichbar. Zudem wird eine Auswertung der Branchenverteilung möglich. Hier ist zu beachten, dass neue Geschäftsmodelle nicht immer eindeutig einer Branche zugeordnet werden können, beispielsweise wenn diese neben einer Dienstleistung auch Waren im Verkauf anbieten. In diesen Fällen wurde der primäre und ersichtliche Geschäftszweck im Ladenlokal identifiziert und zur Einteilung herangezogen.

Als ein „Einzelhandelsgeschäft“ wurde ein Ladenlokal gezählt, wenn in dem Gebäude der primäre und ersichtliche Zweck der Verkauf von Waren ist. So wurden bspw. die Kaffeerösterei Müller als „Einzelhandelsgeschäft“ gezählt, da hier hauseigener Kaffee verkauft wird; das Café Stivale wurde jedoch als „Gastronomiebetrieb“ gewertet, da hier der Café-Betrieb im Vordergrund steht und nicht der Verkauf von Kaffeezubehör.

DEFINITION

Außerdem wurden Einzelhandelsfilialen nochmals separat gekennzeichnet. Damit ist die Auswertung des Filialisierungsgrads möglich.

Als „Einzelhandelsfiliale“ wurden alle Einzelhandelsgeschäfte gezählt, die bundes- oder weltweit geschäftlich tätig und mit mehreren stationären Geschäften vertreten sind. Regionale Einzelhändler:innen, die mehrere Geschäfte in der Region (bspw. in Rheinhessen) haben, jedoch nicht überregional stationär agieren, wurden nicht als „Filiale“ gewertet. Hintergrund ist, dass für die Landeshauptstadt Mainz bei der Wertung des Filialisierungsgrads die Gewichtung von regionalen Händlern zu bundesweiten Konzernen relevant ist.

DEFINITION

Auswertung

Entwicklung des Branchenmix

Die Mainzer Innenstadt ist von Einzelhandelsgeschäften geprägt. Dazu kommen Gastronomiebetrieben sowie sonstige Ladenlokale, die sich vorwiegend aus Dienstleistungsgeschäften – aber auch aus Handwerksbetrieben – zusammensetzen. Dieser Mix konnte auch 2021 beibehalten werden. Von den insgesamt 813 gezählten Ladengeschäften entfallen 431 Läden auf den Einzelhandel, 146 Läden auf die Gastronomie, 177 Läden auf sonstige Branchen. Sowohl der Einzelhandel als auch die Gastronomie konnten ein Wachstum zum Vorjahr verzeichnen. Sonstige Ladenlokale sind 16 weniger als im Jahr 2020. Dazu befinden sich zum Zeitpunkt der Erhebung 27 Ladenlokale im Umbau. In einigen Fällen könnte der Umbau auf die Corona-Situation zurückzuführen sein, da Unternehmer:innen den Lockdown für den Start der Umgestaltung Ihrer Läden nutzten. Bei den Leerständen wurden 32 leerstehende Ladenlokale gezählt, sodass zum Vorjahr ein Rückgang um 28% festgestellt werden kann (siehe Abbildung 2).

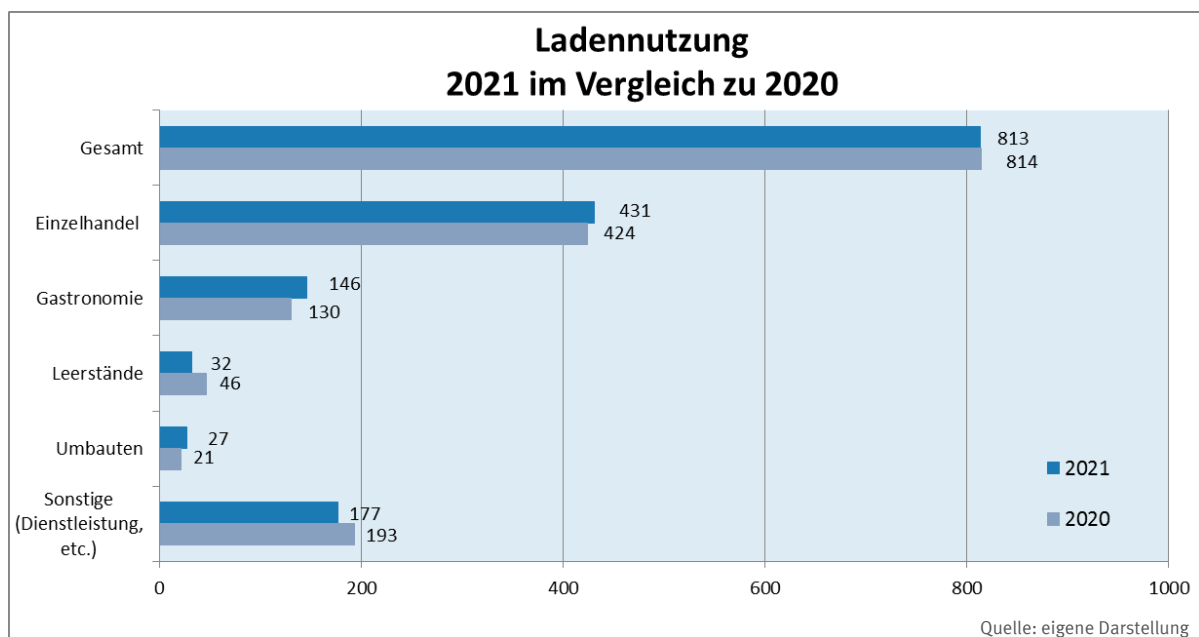


Abbildung 2: Ladennutzung 2021 im Vergleich zum Vorjahr in der Mainzer Innenstadt

In über 80 Ladenlokalen wurden Änderungen notiert. Davon sind 24 der im Jahr 2020 als Leerstand oder Umbau gekennzeichneten Ladenlokale zum Zeitpunkt der Erhebung 2021 besetzt. Bei rund 27 Einzelhandelsgeschäften gab es Veränderungen, darunter wurden Umzüge innerhalb der Innenstadt und Schließungen von Filialen großer Ketten beobachtet. Bei etwa 10 inhabergeführten Geschäften konnte kein Grund des Weggangs ausgemacht werden. Unter den Gastronomiebetrieben gab es 8 ersichtliche Veränderungen. Bei der Mehrheit der Betriebe handelte es sich

um Imbisse, bei denen der Grund der Schließung unbekannt ist. Bei den Dienstleister:innen gab es 17 erkennbare Änderungen, wobei davon über 40% Konzernfilialen (Banken, Spiel-Casinos etc.) waren. In den Fällen, bei denen der Grund der Schließung nicht bekannt ist, ist eine Geschäftsaufgabe nicht auszuschließen. Dennoch kann davon ausgegangen werden, dass sich die Zahl der Unternehmensaufgaben unter den inhabergeführten regionalen Ladenlokalen unter 2% aller Ladenlokale in der Mainzer Innenstadt bewegt.

Mit Blick auf die COVID-19-Pandemie ist die Entwicklung als positiv zu betrachten: Im Gesamten ist nur ein Ladenlokal weniger als im Jahr 2020 in der Innenstadt zu verzeichnen, Einzelhandel sowie Gastronomie haben sich positiv entwickelt und die Leerstände sind rückläufig. Der Branchenmix hat sich zum Vorjahr kaum verändert.

Entwicklung des Einzelhandels

Die Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte ist im August 2021 auf 431 Einzelhandelsgeschäfte gestiegen und somit annähernd auf dem Niveau von 2019 (siehe Tabelle 1).

Tabelle 1: Entwicklung des Einzelhandels zwischen 2016 und 2021 in der Mainzer Innenstadt

Entwicklung der Zahl der Einzelhandelsgeschäfte zum Vorjahr						
Jahr	Jul 16	Jan 17	Jul 18	Aug 19	Aug 20	Aug 21
Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte	442	439	436	433	424	431
Entwicklung zum Vorjahr	-	-3	-3	-3	-9	7
Entwicklung in %	-	-0,7%	-0,7%	-0,7%	-2,1%	1,7%

Quelle: eigene Darstellung

Nach Jahren rückläufiger Zahlen konnte im August 2021 wieder ein Wachstum verzeichnet werden. Hinsichtlich der COVID-19-Pandemie ist das eine positive Bilanz. Dass der Online-Handel in den letzten Jahren eine immer bedeutsamere Rolle annimmt, ist bekannt. Viele kleine Händler:innen haben bei der rasanten Digitalisierung nicht mitgehalten und unter der Online-Konkurrenz gelitten. Durch Corona mussten viele Einzelhändler:innen umdenken, um ihre Existenz zu sichern. So kam es zu bezüglich der Digitalisierung zu einer positiven Entwicklung: Einzelhandelsgeschäfte, die sich vor der Pandemie um keinen alternativen Vertriebsweg zu ihrem herkömmlichen stationären Handel kümmerten, entwickelten neue digitale Geschäftsmodelle³. Dies trug dazu bei, dass einige Läden auch in Corona-Zeiten Ihr Geschäft halten konnten.

³ (Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021, Telekom Deutschland und techconsult)

Filialisierung im Einzelhandel

Die Filialisierung im Einzelhandel ist für die Landeshauptstadt Mainz ein wichtiger Faktor, um die Entwicklung der Ansiedlung großer Ketten zu beobachten und vor allem um die Dominanz von regionalen Händler:innen weiterhin zu stärken. Unter Filialen wurden alle Einzelhandelsgeschäfte (keine Gastronomie- oder Dienstleistungsbetriebe) gezählt, die bundes- oder weltweit gewerblich tätig und dort mit mehreren Einzelhandelsgeschäften vertreten sind. Regionale Einzelhändler:innen, die mehrere Geschäfte in der Region (bspw. Wiesbaden und Mainz) haben, jedoch nicht überregional stationär agieren, wurden nicht als Filialisten gewertet.

Mit dem Filialisierungsgrad wird das Verhältnis von Filialen zu allen Einzelhandelsgeschäften abgebildet. Bei der Erhebung für das Jahr 2021 wurden 184 Filialen gezählt, was einem Filialisierungsgrad von 42,9% entspricht (siehe Abbildung 3). Dies zeigt, dass weiterhin regionale Einzelhändler:innen in der Innenstadt Mainz dominieren.

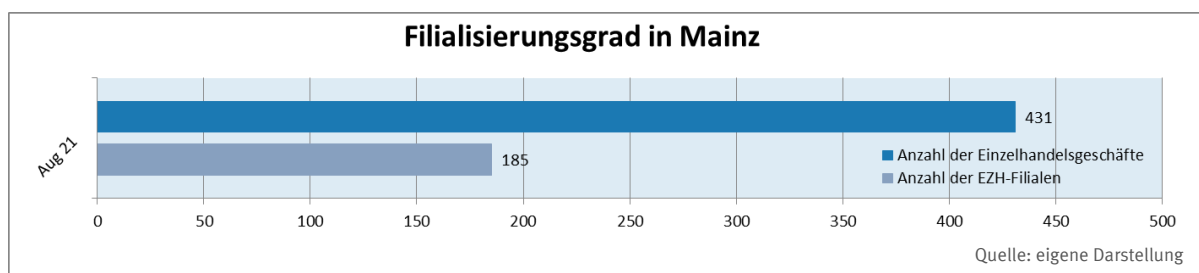


Abbildung 3: Filialisierungsgrad des Einzelhandels 2021 in der Mainzer Innenstadt

Besonders in den sogenannten 1A-Lagen, den attraktiven und besonders stark frequentierte Straßen und Plätze in der Innenstadt, ist ein überdurchschnittlich hoher Filialisierungsgrad zu verzeichnen. Dieses Bild zeichnet sich auch in anderen vergleichbaren Städten ab. Grund hierfür sind unter anderem die hohen Mietpreise in diesen Bestlagen, welche von kleinen Unternehmen oftmals nicht gezahlt werden können. In größeren Städten liegt der Filialisierungsgrad in 1A-Lagen typischerweise zwischen 70 und 90 Prozent⁴. Mit 82,6% liegt der Anteil von Filialen in 1A-Lagen in Mainz im deutschen Durchschnitt. Dabei werden 92 Ladenlokale in den Straßen „Am Brand“, „Stadthausstraße“ und „Schusterstraße“ als 1A-Lagen gezählt, wobei sich Am Brand ein überdurchschnittlich hoher Filialisierungsgrad mit über 90 % abzeichnet (siehe Tabelle 2).

⁴ (Immobilien Scout GmbH, Gewerbelexikon)

Tabelle 2: Filialisierung in den 1A-Lagen der Mainzer Innenstadt 2021

Filialisierungsgrad in den 1A-Lagen				
1A-Lage	Stadthaus- straße	Schuster- straße	Am Brand	Gesamt
Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte	30	28	34	92
Anzahl der EZH-Filialen	22	23	31	76
Filialisierungsgrad in %	73,3%	82,1%	91,2%	82,6%

Quelle: eigene Darstellung

Filialbetriebe sind wichtig für Innenstädte, da einige Kund:innen gern aufgrund von Marke, Bekanntheit oder Preis auf das Massensortiment zurückgreifen. Doch regionale und nachhaltige Produkte gewinnen immer mehr an Beliebtheit⁵. Das bekommen zunehmend auch die Filialisten zu spüren, weshalb einige Filialen verkleinern oder die Anzahl deutschlandweit reduzieren⁶. Die Landeshauptstadt Mainz möchte eine attraktive Innenstadt gestalten, die sich von anderen Städten durch individuelle regionale Einzelhändler:innen und andere Ladenbesitzer:innen abhebt. In den nächsten Jahren wird es für Mainz besonders wichtig sein, die Waage zwischen Filialen mit Standardsortiment und regionalen Händlern mit Individualität zu halten.

Entwicklung der Leerstände

Neben genutzten Ladenlokalen von Einzelhändler:innen, Gastronom:innen und sonstigen Dienstleister:innen finden sich in Mainz derzeit nicht bespielte Ladenlokale. Darunter fallen Ladenlokale, die derzeit umgebaut werden (diese werden im Weiteren vernachlässigt) sowie Läden, die leer stehen. Letzteres kann für eine Stadt negative Folgen haben: Leerstand droht das Bild einer Innenstadt zu verändern und schadet dem Image sowie den umliegenden Ladenlokalen der Stadt. Verändert sich das Stadtbild, kann das auch negative Auswirkungen auf die Besucherzahlen aller umliegenden Ladenlokale haben. Dabei spricht man von einem „Trading-Down-Effekt“, also einer Abwärtsspirale durch zunehmende Leerstände, was zu einer Abwertung der Umgebung und zum Verlust von Kund:innen führen kann. Der Deutsche Städtetag empfiehlt, „Leerstand nicht als Bedrohung [zu] betrachten, sondern als Chance zur Gestaltung nutzen“⁵. Auch die Landeshauptstadt Mainz und ihre Partner:innen sind engagiert, Leerstände möglichst zu vermeiden oder andernfalls Zwischennutzungskonzepte zu unterstützen.

⁵ (Deutscher Städtetag, Zukunft der Innenstädte, 2021)

⁶ (WirtschaftsWoche, Immer mehr Ketten verkleinern Filialnetze vom 31.03.2021)

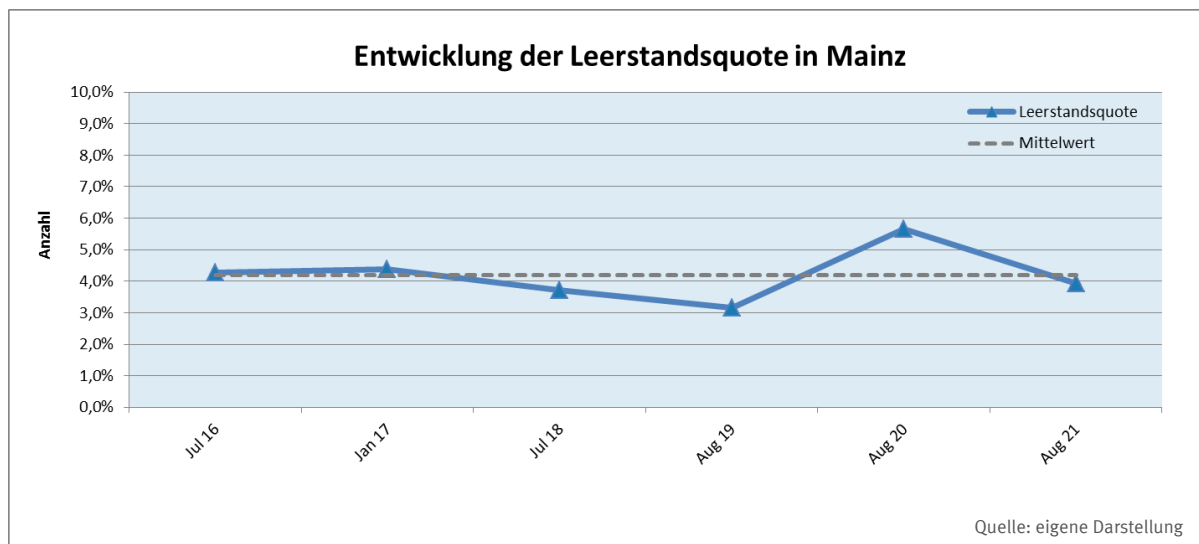
Im Jahr 2021 wurden in der Mainzer Innenstadt 32 Leerstände gezählt. Im Vergleich zum Vorjahr 2020 konnte wieder ein eindeutiger Rückgang verzeichnet werden (siehe Tabelle 3).

Tabelle 3: Entwicklung der Leerstände zwischen 2016 und 2021 in der Mainzer Innenstadt

Entwicklung des Leerstands zur Anzahl der Ladenlokale						
Jahr	Jul 16	Jan 17	Jul 18	Aug 19	Aug 20	Aug 21
Anzahl der Leerstände	33	34	30	25	46	32
Leerstandsquote	4,3%	4,4%	3,7%	3,2%	5,7%	3,9%
Entwicklung zum Vorjahr in Prozentpunkten	-	0,1%P	-0,7%P	-0,6%P	2,5%P	-1,7%P

Quelle: eigene Darstellung

Die Leerstandsquote, die das Verhältnis von Leerständen zur Gesamtzahl der Ladenlokale abbildet, liegt im aktuellen Jahr bei 3,9% und pendelt sich wieder im Mittel der Vorjahreswerte ein (siehe Abbildung 4). Grund hierfür können die Zwischennutzungskonzepte sein. So ist gerade in der COVID-19-Pandemie ein Kreativprozess in Mainz zu beobachten: Beispielsweise zog mit „Lulu“ ein Conceptstore im alten Karstadt-Gebäude ein und „Mainz Guide“ (Stadtführer) eröffnet eine vorübergehende Weinbar (Pop Up) nahe dem Schillerplatz.



Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 4: Entwicklung der Leerstände 2021 in der Mainzer Innenstadt

Der weitere Verlauf der COVID-19-Pandemie wird erst in den folgenden Jahren zeigen, ob weitere Ladenlokalbesitzer:innen zur Aufgabe ihres Geschäftes gezwungen sind oder die positive Bilanz aus 2021 beibehalten werden kann.

Entwicklung des Nutzungskonzepts

Die Gesamtzahl der Ladenlokale in der Mainzer Innenstadt ist in den letzten fünf Jahren recht stabil und nahm 2021 im Vergleich zum Vorjahr um ein Ladenlokal ab (siehe Abbildung 5).

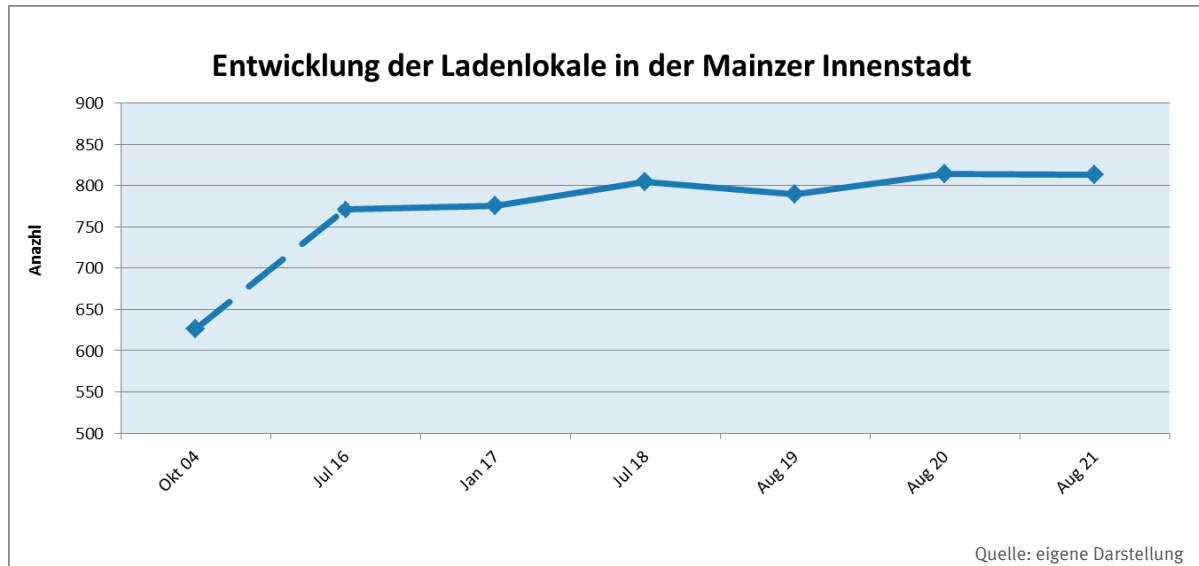


Abbildung 5: Entwicklung der Ladenlokale 2021 in der Mainzer Innenstadt

Mit Blick auf die Corona-Pandemie, ist die Entwicklung im letzten Jahr als positiv zu bewerten, insbesondere aufgrund der steigenden Anzahl von Einzelhandelsgeschäften und Gastronomielokalen sowie der rückläufigen Leerstände. Im Vergleich zum Vorjahr nahmen die Dienstleistungsgeschäfte ab. Ein Grund hierfür könnte auch die Pandemie sein, da einige Dienstleister:innen während des Lockdowns oftmals keine alternativen Geschäftsmodelle aufbauen konnten (z.B. bei körpernahen Dienstleistungen) und andere Dienstleister:innen dagegen vollends auf ein digitale Geschäftsmodell umstiegen. Der Wandel der Innenstadt zu einem Serviceort, der sich im Vorjahr abzeichnete, ist im Jahr 2021 nicht eindeutig zu erkennen. Dennoch zeigt sich an anderen Merkmalen, dass die Innenstadt mehr als ein reiner Einkaufsort ist. Der regionale Bezug spielt in vielen Ladenlokalen eine immer stärkere Rolle, wie in der Pop-up-Weinbar von „Mainz Guide“, in den anmietbaren Fächern bei „s Fachl“ oder Mainz-Produkten bei „Druckerbande“. Zunehmend wollen Unternehmer:innen der Mainzer Innenstadt ihre Kund:innen mit neuen Ideen überzeugen. In dem Conceptstore „Lulu“ bieten nicht nur verschiedene Einzelhändler:innen Produkte an, sondern das Konzept bindet durch eine Galerie Kunst und Kultur mit ein und im eingerichteten Makerspace können Interessierte sich handwerklich ausprobieren. Durch diese Regionalität, Individualität und Diversität der Ladenlokale entstehen ein Mehrwert und eine stärkere Identifikation für die Besucher:innen mit der Mainzer Innenstadt. Jüngst wurde mit der neuen Leipzig-Charta 2020 des Bundesministeriums des Innern, für Bau und Heimat der Trend der Innenstädte



verdeutlicht: gerechter, grüner, produktiver⁷. Auch in Mainz ist weiterhin der Wandel der Innenstadt zu einem Erlebnisraum spürbar. Auch wenn die Pandemie an der einen oder anderen Stelle diese Entwicklung ausgebremst hat, kehrt wieder Leben zurück auf die innenstädtischen Plätze. Die Passantenfrequenz während der Pandemie war, wie in den meisten deutschen Innenstädten, auch in Mainz rückläufig⁸. Von Januar bis August 2021 konnten nur 56% der durchschnittlichen Passantenzahl in den 1A-Lagen (Am Brand, Schusterstraße, Stadthausstraße) im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 gezählt werden. Als mit der 22. CoBeLVO vom 1. Juni 2021 die Gastronomiebetriebe wieder eröffnen durften, stieg die Passantenzählung in den 1A-Lagen auf über 90% vom Niveau des Jahres 2019. Auch durch die erlaubte erweiterte Außengastronomie aufgrund Corona haben viele Akteur:innen den Eindruck, dass die Innenstadt mehr zum Verweilen genutzt wird – vielleicht sogar stärker als vor der Pandemie.

⁷ (BMI, Die neue Leipzig-Charta, Nov 2020)

⁸ (hystreet.com GmbH, Mainz Stichtag 23.08.2021)

Fazit

Mit dem Innenstadtmonitoring 2021 wurden besonders Erkenntnisse über Auswirkungen der COVID-19-Pandemie erwartet. Nach Analyse aller erhobenen Daten kann im Blick auf die Pandemie eine erste positive Bilanz gezogen werden: Die absoluten Zahlen der Einzelhandelsbetriebe und Gastronomiebetriebe stiegen leicht an und Leerstände gingen zurück. Die innerstädtischen Ladenlokale konnten bis zum heutigen Zeitpunkt mit großer Mehrheit eine Geschäftsschließung vermeiden. Ob sich die Bestandsunternehmen erholen können, hängt von dem weiteren Verlauf und den damit einhergehenden Maßnahmen der Pandemie sowie von weiteren Rahmenbedingungen ab. Eine finale Einschätzung zu den Auswirkungen ist allein mit den Erhebungen von 2020 und 2021 nicht möglich. Nichtsdestotrotz ist die bisherige Entwicklung als kleiner Lichtblick zu deuten.

Nachdem wieder alle Ladenlokale nach dem Lockdown weitestgehend für den Publikumsverkehr geöffnet sind, gilt es, die Attraktivität der Innenstadt weiter für Besucher:innen zu steigern. Um dieses Ziel zu erreichen, wird die Wirtschafts- und Strukturförderung der Landeshauptstadt Mainz ihren Fokus weiterhin auf fünf übergeordnete Handlungsfelder legen:

- **Informationsveranstaltungen**

Die COVID-19-Pandemie hat zunehmend gezeigt, wie wichtig es auch als Bestandsunternehmen ist, wandelfähig und innovativ zu sein. Durch verschiedene Informationsveranstaltungen zur Digitalisierung, Fachkräfteentwicklung, Innovationsmethoden, Gründungen etc. werden junge und alteingesessene Unternehmen weiterhin das Angebot erhalten, stets informiert zu sein und Ideen zur Weiterentwicklung Ihres Unternehmens zu erhalten.

- **Individuelle Beratung von Unternehmen**

Neben allgemeinen Informationsveranstaltungen wird die Wirtschaftsförderung ihr Angebot an individuellen Beratungsangeboten für Unternehmer:innen stärken. Im letzten Jahr gab es bereits zahlreiche Gründungsberatungen, Beratungen zu Soforthilfen und vereinzelte Beratungen zu anderen Themen. Durch die personelle und damit fachliche Aufstockung des Personals der Wirtschaftsförderung können im kommenden Jahr Unternehmer:innen ein umfassenderes Beratungsangebot in Anspruch nehmen.

- **Netzwerkformate**

Die Landeshauptstadt Mainz ist gemeinsam mit Partner:innen und lokalen Akteur:innen gefordert, weiterhin die negativen Pandemie-Auswirkungen abzuwenden. Da-

bei gilt es, gemeinsam Projekte zu entwickeln und Prozesse mitzugestalten. Bisher haben das monatliche „Netzwerk City-Frühstück“ von Mainz Citymanagement e.V., Werbebegegnungsgemeinschaft Mainz e.V. und Wirtschaftsförderung oder die „Mainzer Dialoge“ des Wirtschaftsdezernats einen Raum für den Austausch zwischen Akteur:innen geboten. Auch das kommende Jahr soll von regelmäßigen und konstruktiven Netzwerkformaten leben.

- **Maßnahmen zur Imagesteigerung**

Das lokale Engagement spiegelt sich in der hohen Anzahl von inhabergeführten Einzelhandelsgeschäften wieder. Der Filialisierungsgrad konnte in Mainz bei unter 43% gehalten werden. Während der letzten 1,5 Jahre wurden Unternehmer:innen der Mainzer Innenstadt neben finanziellen Hilfen durch Land und Bund auch durch weitere regionale Maßnahmen, wie z.B. Parkgutscheine für den Einzelhandel, die Plattform Heimatschatz der VRM und eine Innenstadtkampagne unter Federführung von mainzplus CITYMARKETING und der Wirtschaftsförderung unterstützt.

- **Begleitung des Wandels der Innenstadt zum Multifunktionsraum im digitalen Strukturwandel**

Bereits 2020 und 2021 entstanden neue Ideen zur Zwischennutzung sowie neue Geschäftsmodelle. Die Entwicklung hin zum Erlebnisraum wird weiter fokussiert, indem die Wirtschaftsförderung innovative Ideen unterstützt, aktives Leerstandsmanagement betreibt und Unternehmer:innen bei notwendigen Verwaltungsverfahren begleitet. Besonders die digitale Transformation fordert Veränderungen, die oftmals Akteur:innen vor große Herausforderungen stellen. Gleichzeitig bietet sie jedoch neue Möglichkeiten. Durch Smart City-Maßnahmen können beispielsweise Verkehrswege sicherer werden oder Netzwerke effizienter arbeiten. Auch die Verwaltung ist hier gefragt, weshalb derzeit die Digitalstrategie „mainz digital“ der Landeshauptstadt Mainz vorangetrieben wird. Um für die Digitalisierungsprojekte die Basis zu schaffen, wird auch die digitale Infrastruktur ausgebaut.

Eine zukunftsfähige und attraktive Innenstadt benötigt die konstruktive Zusammen- und Mitarbeit aller Akteursgruppen – Verwaltung, Wissenschaft, Verbände und Vereine, Bürgerschaft und Wirtschaft. Die vergangenen eineinhalb Jahre haben gezeigt, wie wichtig es ist, an einem Strang zu ziehen.



Impressum

Landeshauptstadt Mainz

Postfach 3820 | 55028 Mainz

Hauptamt | Öffentlichkeitsarbeit

Stadthaus Große Bleiche

Große Bleiche 46/Löwenhofstraße 1

55116 Mainz

Redaktion:

Amt für Wirtschaft und Liegenschaften

Abteilung Wirtschafts- und Strukturförderung

wirtschaftsfoerderung@stadt.mainz.de

Bildnachweis: Landeshauptstadt Mainz/Kristina Schäfer

Stand: 08/2021



Landeshauptstadt
Mainz