STANDORT KOMMUNE

Ausgabe 2/2020

SK Projektreport

Unser Unternehmen unterstützt seit 2011 vor allem Kommunen in allen Fragen der Standort- und Kommunalentwicklung. Dabei schöpft unser Team aus mehr als 50-jähriger Berufserfahrung. Aktuell benötigen immer mehr Kommunen unsere Beratung und Hilfe bei der Frage, wie man bedarfs- und zukunftsgerechte Nutzungsoptionen findet, die der Entwicklung der Stadt zugutekommen. Im Fokus vieler Kommune ist dabei die Attraktivierung der Nahversorgungssituation. Gerne wird dabei auch über die Entwicklung einer Markthalle nachgedacht. Seit vielen Jahren ist das Thema Markthalle einer unserer Schwerpunktthemen. Zuletzt haben wir 2020 in Leipzig dieses Thema bearbeitet.

Wie wird eine Markthalle nachhaltig erfolgreich?

Zur Findung eines optimalen Konzeptes müssen vielerlei Fragen beantwortet werden: Was ist die ideale Nutzungsgröße am geplanten Standort? Welcher anteilige Mix aus Marktständen, gastronomischen Nutzungen und Dienstleistern gestaltet sich absatzwirtschaftlich sinnvoll? Ist eine parallele Bewirtschaftung von bestehenden Wochenmärkten und dem Betrieb einer Markthalle realistisch? Wie leistungsfähig ist das bisherige Angebot? Sind bisherige Marktstandbetreiber bereit, trotz oder auch zusätzlich in der Markthalle anzubieten? Welcher Wettbewerbsdruck wird auf die vorhandene Gastronomie durch die Markthalle entstehen? Welche Umsätze sind zu erwarten. Wer wird das Angebot an sich und in welcher Intensität nutzen? Welches Betreiberkonzept ist sinnvoll? Welche Funktionsbedingungen müssen erfüllt sein?

„Definition der Arbeitsphasen zur Konzeptfindung“

Die Aufgabenstellung gestaltete sich somit komplex. Wir haben in Leipzig auf all diese Fragen sehr zufriedenstellende Antworten gefunden. Nachfolgend im Überblick unsere Herangehensweise:

Den Untersuchungsprozess haben wir in 5 Arbeitsphasen eingeteilt, wobei die Bearbeitung durch die Corona-Pandemie zusätzlich erschwert wurde, sodass immer am Ende der einzelnen Phasen Zwischenergebnisse formuliert wurden, um die Auftraggeber rechtzeitig und umfangreich in den Prozess der Konzeptfindung einbeziehen zu können.

„Erfolgsfaktoren erkennen“

Zunächst mussten sich die Projektbearbeiter der Stadt emotional nähern, sprich die Stadt verstehen lernen. Dies geschah durch Besuche, Vor-Ort-Gespräche und Literaturstudien. Der nächste wichtige Schritt war die Phase sich mit den Rahmenbedingungen zu befassen, die das Konzept maßgeblich beeinflussen könnten. Dazu wurden die Trends im Lebensmitteleinzelhandel, in der Gastronomie aber auch Food-Trends im allgemeinen ausführlich beleuchtet. Dabei galt es diese Trends auch im Lichte der Corona-Pandemie zu sehen und zu überlegen, wie diese Trends durch diese neue Erfahrung nachhaltigen Veränderungen unterliegen werden. Das angestrebte Konzept muss in das Gesamtgefüge der Stadt eingepasst werden. Deshalb wurden zum einen die Sozioökonomischen Rahmenbedingungen, aber auch die einzelhändlerische Bedeutung der Stadt für die Region bewertet.

Ausführlich wurde die Standortqualität des Wilhelm-Leuschner-Platzes untersucht und dessen Beschaffenheit mit anderen Markthallenstandorten in Deutschland verglichen. Dazu bedienten wir uns unserer Markthallenstudie (s. Beispiel unten).

Der Standortvergleich mit den besten Markthallen in Deutschland bescheinigte dem geplanten Standort in Leipzig in Summe gute Voraussetzungen. Gleichzeitig wurde bereits hier deutlich, dass vielseitige Potenziale ausgeschöpft werden müssen, um ein attraktives Konzept gestalten zu können, das eine nachhaltige Positionierung verspricht. Inwieweit die vorhandene Wettbewerbssituation dies zulässt, wurde zur entscheidenden Fragestellung.

„Die Markt- und Wettbewerbs-situation “

Eine erste Bewertung der Nahversorgungssituation im projektierten Naheinzugsgebiet der Markthalle zeigt, dass eine Minderabdeckung der Versorgungssituation rein rechnerisch nicht erkennbar ist. Leipzig verfügt über eine lebendige Wochenmarktkultur. Das Angebot ist gut über den Stadtraum verteilt. Durch die Gestaltung der Öffnungszeiten und Markttage wird deutlich, dass dieses Angebot vor allem der Angebotsergänzung in der Nahversorgung dient. Die Angebotsstruktur ist vielfältig. Im direkten Umfeld der geplanten Markthalle befinden sich zwei Märkte, die in ihrer Qualität und Größe nicht unterschiedlicher sein könnten, sich aber auch in ihrer Zielgruppenorientierung klar unterscheiden. Die Gastronomieszene in Leipzig ist vielfältig gestaltet. Der Schwerpunkt des Angebotes liegt im historischen Ortsteil Zentrum mit der höchsten Zielgruppendichte an Gästen, Beschäftigten und Leipzigern, die das Ambiente der Altstadt gerade in den Sommermonaten genießen. Dies wird auch durch die Außengastronomie auf den Plätzen der Stadt oder in den engen Gassen (z.B. das Barfußgäßchen) gelebt. Es besteht somit eine starke Wettbewerbssituation in zweierlei Hinsicht. Dies ist zum einen das vielfältige Angebot, mit einem starken trendigen Angebot vegetarischer Gerichte, aber zum anderen auch das (städtebauliche) Ambiente der Plätze und der historischen Gasträume. Hier eine eigene Adresse für die Markthalle zu entwickeln wird keinesfalls leicht sein.

Erwartungen und Einstellungen erfassen

Die in der Analyse ausgewiesenen Potenziale aus den Zielgruppen Bevölkerung, Beschäftigte und Gäste zeigten auf, dass für eine Entwicklung einer Markthalle in Leipzig durchaus Chancen bestehen. Der Erfolg von Wochenmärkten und damit auch perspektivisch einer Markthalle in Leipzig wird maßgeblich von drei Seiten geprägt. Dies ist die Stadtverwaltung selbst, die die Rahmenbedingungen der Märkte durch Marktordnungen etc. vorgibt. Die zweite Seite ist die Anbieterseite, die Marktbeschicker oder Händler, die für die Vielfalt und Qualität der Angebote verantwortlich sind. Die entscheidende dritte Seite ist das Verhalten der Konsumenten, die sich in die Gruppen Bevölkerung, Beschäftigte im Standortumfeld und die Besucher der Stadt einteilen lassen. Zur Erfassung des Nutzerverhaltens, zur Angebotszufriedenheit, zur Bedürfnisbefriedigung und von Gestaltungswünschen zum Thema Wochenmarkt und Markthallen wurde eine Online-Befragung der in Leipzig wohnenden und/oder arbeitenden Menschen vorgenommen. Hier stellte sich heraus:

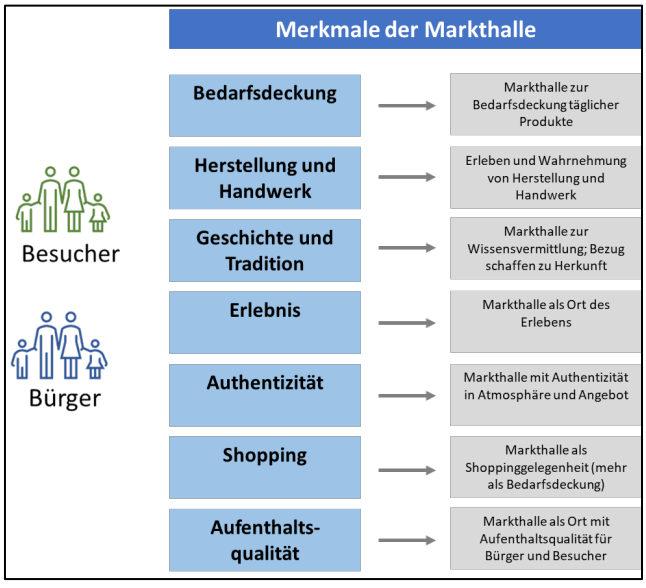
Beim Thema Wochenmarkt wird insbesondere die Frische des Angebotes und die Nähe zum Wohnort geschätzt. Entsprechend hoch ist die Nutzungshäufigkeit, welche sich in einem guten Wert bei den Durchschnittsausgaben niederschlägt. Defizite bestehen dagegen im Angebot an Fertigprodukten zum Mitnehmen. Dies wird in der gesamten Befragung an mehreren Stellen deutlich. Dies trifft auch auf das Angebot an Feinkost zu. Die Beliebtheit des Wochenmarktes am Marktplatz ist insgesamt enorm. Bei den Fragen zum Gastronomieangebot wurde der Bedarf an mehr Imbissangeboten benannt. Aber auch weitere Restaurants werden gewünscht, die bislang nicht oder wenig vertreten sind. Die Wünsche nach der Angebotsvielfalt in einer Markthalle tendieren in eine bunte und vielfältige Belegung, wobei Angebotsbreite und regionale Herkunft eine wichtige Bedeutung einnehmen. Die Markthalle wird als starker Imageträger für die Stadt als attraktiver Versorger für Beschäftigte/Studierende und als Erlebnispunkt für Gäste und Besucher der Stadt gesehen.

Die Händler selbst gaben zur Antwort, dass die Markthalle als deutliche Konkurrenz gesehen wird, die aber, nach der Einschätzung der Händler nicht zwangsläufig zu Standaufgaben in der Innenstadt führen würden. Es werden durch die Markthalle bei einigen Händlern auch neue Marktchancen gesehen, deren Umsetzung aber Beweglichkeit im Konzept voraussetzt. Das heißt, dass die Händler als Produzenten nicht unbedingt selbst oder nur temporär vor Ort sein müssten, also bevorzugt als Lieferanten der Markthalle dienen könnten.

Basierend auf den bisherigen gutachterlichen Wahrnehmungen, den Aussagen verschiedener Experten und auch auf den Ergebnissen der Umfragen empfiehlt sich für eine Umsetzung der Markthalle in Leipzig die Kombination verschiedener Konzeptbausteine.

Merkmale der Markthalle in Leipzig

Die Markthalle sollte in ihrem Angebot Aufgaben erfüllen, die weit über eine reine Bedarfsdeckung (z.B. Lebensmittel und Gastronomie) hinausgehen. Die Konzeptbausteine sollten ausreichend Gründe und Anlässe bieten, um die Markthalle aufzusuchen und um deren Angebote zu nutzen. Die Grafik rechts zeigt Merkmale, die sowohl für Besucher als auch für Bürger Besuchsanlässe und -anreize schaffen.



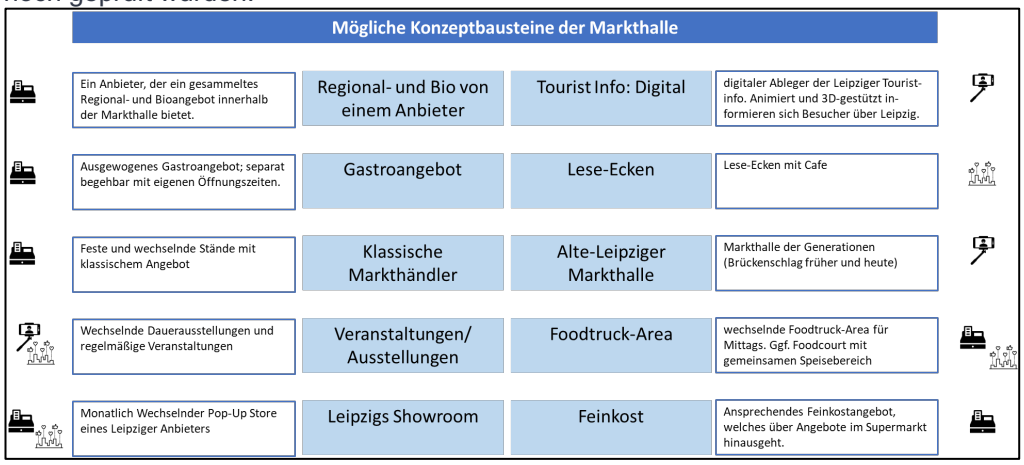
Konzepte auf dem Prüfstand

Erstellung von Konzeptvarianten

Zu Beginn der Entwicklung von Konzeptvarianten werden noch einmal alle wichtigen Bestimmungsgrößen des Konzeptes zusammengetragen. Für eine weitere Konkretisierung des Konzeptes sind demnach folgende Faktoren zu berücksichtigen:

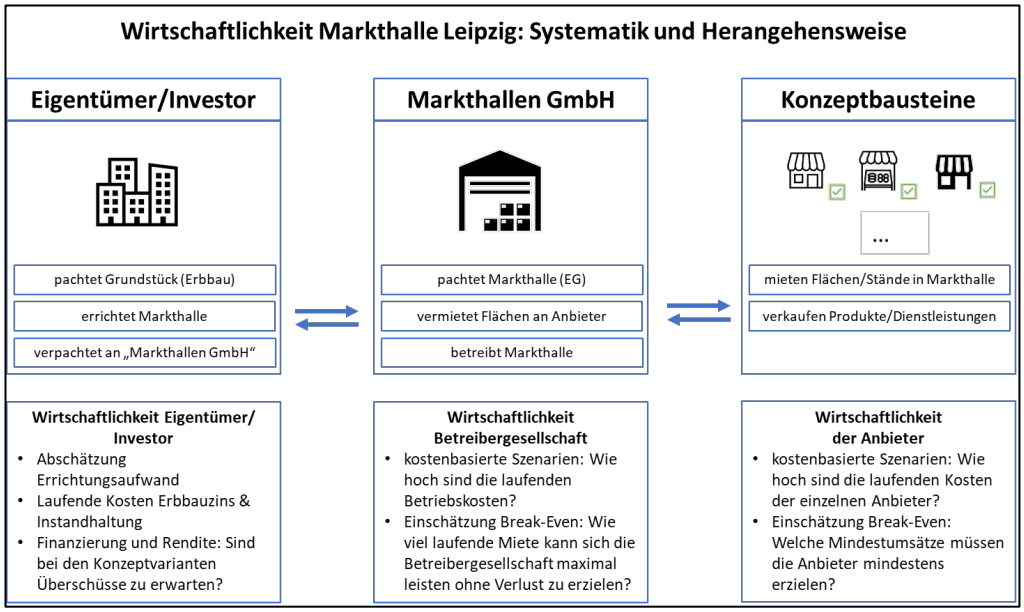
- Standortqualität des Vorhabens;
- Potenzialstrukturen im Naheinzugsgebiet;
- Trends und Marktchancen;
- Wettbewerbssituation durch bestehende Wochenmärkte;
- Wettbewerbsdichten und -qualität bei ergänzenden Angeboten;
- Verhalten der Zielgruppen;
- Einstellungen der Wochenmarkthändler zur Markthalle.

Daraus ergaben sich folgende Konzeptbausteine, deren Wirtschaftlichkeit im Fortgang noch geprüft wurden:



Risikominimierung und nachhaltige Wirtschaftlichkeit im Fokus

Nachfolgend wurde die Gesamtwirtschaftlichkeit, basierend auf den oben genannten Annahmen für 3 Konzeptvarianten erarbeitet. Dabei wurde die Wirtschaftlichkeit sowohl aus Anbieter- und Betreibersicht als auch aus Sicht des Eigentümers/Investors betrachtet. Diese Berechnungen wurden von unserem Kooperationspartner Steinbauer Strategie vorgenommen:



Nach tiefgehenden und ausführlichen Berechnungen wurde der Stadt eine Handlungsvariante empfohlen und abschließend von verschiedenen städtischen Gremien und vom Stadtrat begrüßt. Nicht nur der Wilhelm-Leuschner-Platz, sondern auch die gesamte Stadt Leipzig wird dadurch einen neuen Attraktivitätspunkt erhalten.

Was uns gerade auch beschäftigt:

Der Mieter hat das Wort

complex Fürth – Mieterbefragung
Der Gewerbepark im Süden der Stadt steht für flexible Mieten zu garantierten Preisen und beherbergt derzeit etwa 70 Betriebe. Das Objektmanagement beauftragte eine Messung der Zufriedenheit der Mieter, um den bereits hohen Standard des Angebotes noch verbessern zu können. Die Maßnahme selbst steigerte die weitere Zufriedenheit der Mieter.

Nahversorgung im Fokus

Markt Siegenburg – Einzelhandelskonzept
Die Marktgemeinde ist immer wieder Ziel von Anfragen zur Ansiedlung großflächigen Einzelhandels. Gleichzeitig verfügt sie über eine zentrumsnahe Nahversorgung, die sie nicht gefährden will. Ein Einzelhandelskonzept soll prüfen, ob dieser Konflikt gelöst werden kann und Hinweise geben, welche Maßnahmen sinnvoll zur Sicherung der nachhaltigen Versorgung in der Gemeinde sind.

Der weiteren Ortsentwicklung eine Basis geben

Reichelsheim (Odenwald)– Integriertes Stadtentwicklungskonzept (ISEK)
Im Rahmen unserer Kooperation mit dem Stadtentwickler DSK aus Wiesbaden erarbeiten wir ein Integriertes Stadtentwicklungskonzept. Ortsrundgänge und Expertengespräche ergänzen unsere Erhebungen zum Bestand des Einzelhandels und anderer wichtiger Versorgungseinrichtungen. Am Ende steht ein Bündel von Maßnahmen, das der Hessen Agentur vorgelegt wird. Die Umsetzung erfolgt über ein Projektmanagement

Wie viele Wohnungen braucht die Stadt

Uttenreuth – Wohnbedarfsanalyse
Die Gemeinde verfügt über ein zentralgelegenes Grundstück, das sie gerne zur weiteren Entwicklung der Bevölkerung nutzen will. Sie will diese Nutzung nicht einfach einer Wohnbaugesellschaft in die Hand geben, sondern die Bürger selbst mitbestimmen lassen, was und in welcher Form gebaut werden soll. Wir selbst steuerten die Bürgerbefragung und errechneten den perspektivischen Wohnbedarf als Datengrundlage.

Wenn wir hier Themen angesprochen haben, die auch Sie und Ihre Kommune bewegen, dann lassen Sie uns darüber reden. Sicher finden wir gemeinsam einen Weg Ihre Kommune zukunftsgerechter aufzustellen: Ihr Ansprechpartner: SK Standort & Kommune Beratungs GmbH , Wilfried Weisenberger, Tel.: 0911 979 079 310 oder per E-Mail: ww@standort-kommune.de

Impressum:

SK Standort & Kommune Beratungs GmbH, Benno-Strauß-Straße 7, 90763 Fürth, vertreten durch GF Wilfried Weisenberger, Tel.: 0911 979 079 310, Fax: 0911 979 079 399, E-Mail: kontakt@standort-kommune.de, www.standort-kommune.de