„Einen besseren Überblick über vorhandene Nutzungen erlangen“

Holger Leroy, der bei der KölnBusiness Wirtschaftsförderungs-GmbH für die Bereiche Kommunikation und Marketing sowie Einzelhandel und Citymanagement zuständig ist, spricht über die Teilnahme der Domstadt am Projekt „Stadtlabore für Deutschland“ und über die Herausforderungen für die Schildergasse und die Hohe Straße.

Herr Leroy, was hat den Ausschlag dafür gegeben, mit Köln am Förderprojekt „Stadtlabore für Deutschland“ teilzunehmen?

Die KölnBusiness Wirtschaftsförderung beschäftigte sich auch schon vor dem Projekt „Stadtlabore für Deutschland: Leerstand und Ansiedlung“ mit der Ansiedlungsberatung und Unterstützung, welches hier zum regulären Serviceangebot gehört. Um einen besseren Überblick über den Bereich der Ladenlokale, wovon es im gesamten Kölner Stadtgebiet etwa 30.000 gibt, zu bekommen, war bereits die Etablierung einer GIS-basierten Datenbank angedacht, die einen gesamtstädtischen Überblick über die gewerblichen Erdgeschossnutzungen – also über Betriebe, Branchen, Flächenpotenziale und so weiter – darstellt. Das Fördermittelprojekt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz ermöglichte es uns daher dieses Ziel mit einer finanziellen Unterstützung gemeinsam mit dem IFH KÖLN und den anderen Modellstädten partnerschaftlich umzusetzen.

Wer über Köln als Einkaufsstadt redet, hat in erster Linie die Schildergasse und die Hohe Straße im Blick. Welche Herausforderungen hat der Einzelhandel in diesen Bereichen?

Die Hohe Straße und die Schildergasse gehören zu den bestfrequentierten Einkaufsstraßen in Deutschland. Hier haben wir nach wie vor eine hohe Nachfrage nach Flächen von nationalen und internationalen Unternehmen und nur selten mal ein Angebot, welches sich auch in den hohen Mietpreisen widerspiegelt. Gesamtstädtisch liegt die Leerstandsquote von Ladenlokalen Stand November 2022 bei 3,7 Prozent. Hierbei muss man dann noch berücksichtigen, dass viele Ladenlokale, die aktuell augenscheinlich leer stehen, oft schon längst wieder vermietet sind und der Nachnutzer nur noch auf entsprechende Genehmigungen, Umbau- oder Einrichtungsmaßnahmen wartet. Insgesamt ist die Nachfrage nach Ladenflächen bei der KölnBusiness deutlich höher als das Angebot.

Inwieweit konnte die Stadt ihre Erfahrungen aus eigenen Programmen in die „Stadtlabore für Deutschland“ hineintragen?

Da wir uns schon seit vielen Jahren mit dem Ansiedlungsmanagement und der Nachnutzung von Ladenlokalen beschäftigen, konnten wir sicherlich einen Teil unserer Erfahrungen in das Projekt einfließen lassen und auch vielen anderen Modellstädten wichtige Hinweise geben. So ist zum Beispiel unser Hinweis, dass die Ansprache von insbesondere privaten Immobilieneigentümern auch teilweise über den Haus- und Grundbesitzerverein erfolgen kann, dankbar aufgenommen worden und führte in vielen Städten zu erfolgreichen Kooperationen.

Gibt es ein Best Practice, das Köln den anderen Modellstädten im Austausch vorstellen konnte?

Wir haben in den Modellstädten größtenteils vollkommen unterschiedliche Ausgangslagen und daher auch ganz unterschiedliche Prioritäten in der Umsetzung. Während es in Köln darum geht, überhaupt passende Flächen für viele Anfrager zu finden und es mehr um die Steuerung einer Angebotsvielfalt und Angebotswertigkeit geht, werden in vielen kleineren Städten, trotz viel niedriger Mietpreise, überhaupt erst mal potenzielle Betreiber für viele leerstehende Flächen gesucht. Grundsätzlich ist aber unser Serviceangebot bei der Immobilienvermittlung und Beratung, sowie der Eigentümeransprache sicherlich etwas, was

es in vielen Kommunen so nicht gibt und daher durchaus auch einen gewissen Vorbildcharakter hat.

Was haben Sie während der Projektphase von anderen Kommunen lernen können?

Der Austausch und die Erfahrungen mit den anderen Kollegen aus den Modellstädten war sehr lehrreich und hat noch einmal verdeutlicht, wie komplex das Thema ist und auch wie unterschiedlich die Ausgangslagen und Herangehensweisen sind. Wir konnten daher sicherlich alle voneinander lernen, müssen aber auch anerkennen, dass es keine pauschale Lösung für die Beseitigung von Leerständen oder die Attraktivitätssteigerung von Innenstädten gibt und hier immer individuelle Lösungen gefunden werden müssen.

Die Plattform LeAn® ist ein Ergebnis der „Stadtlabore für Deutschland". Welche Erfahrungen haben Sie in Köln mit diesem digitalen Tool bereits gemacht?

Für uns war es wichtig, dass wir einen besseren Überblick über die vorhandenen Nutzungen erlangen und mögliche Potenzialflächen für eine Ansiedlung aufgezeigt bekommen. In Kombination mit umfangreichen Datenerhebungen vor Ort und der Übernahme dieser Informationen in LeAn® ist uns dieses für die Kölner City gelungen.

Was haben Sie in Zukunft mit den digitalen Werkzeugen noch geplant?

Das Fördermittelprojekt hat uns erlaubt einen besseren Überblick über Erdgeschossnutzungen und Vakanzen in der Kölner City zu erlagen, welche wir jetzt auch in einer Datenbank mit Suchfunktion und kartographischer Darstellung abbilden können. Unser diesjähriges Ziel ist es, diese Daten auch für das komplette Kölner Stadtgebiet in LeAn® sichtbar zu machen und eventuell auch das Programm LeAn® um weitere Analysewerkzeuge für die Daten, wie zum Beispiel Zeitreihen über die Änderungen im Geschäftsbesatz, zu erweitern.