



Landeshauptstadt
Mainz

Innenstadtmonitoring 2023 der Landeshauptstadt Mainz



Inhalt

Einleitung.....	1
Zielsetzung.....	2
Methodik.....	3
Auswertung	6
Entwicklung des Branchenmix`	6
Entwicklung des Einzelhandels	7
Filialisierung im Einzelhandel	8
Entwicklung der Leerstände	10
Entwicklung des Nutzungskonzepts.....	12
Fazit.....	13

Abbildungen

Abbildung 1: Untersuchungsgebiet des Innenstadtmonitorings 2023.....	4
Abbildung 2: Ladennutzung 2023 im Vergleich zum Vorjahr in der Mainzer Innenstadt.....	7
Abbildung 3: Filialisierungsgrad des Einzelhandels 2023 in der Mainzer Innenstadt.....	9
Abbildung 4: Entwicklung der Leerstandsquote bis 2023 in der Mainzer Innenstadt.....	11
Abbildung 5: Entwicklung der Ladenlokale bis 2023 in der Mainzer Innenstadt	12

Tabellen

Tabelle 1: Entwicklung des Einzelhandels in der Mainzer Innenstadt.....	8
Tabelle 2: Filialisierungsgrad in den 1A-Lagen der Mainzer Innenstadt 2023	9
Tabelle 3: Entwicklung der Leerstände zwischen 2016 und 2023 in der Mainzer Innenstadt.....	10



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 wie u.a. BioNTech SE, Schott AG, J.F. Hillebrand Group AG und HeidelbergCement AG. Mainz ist durch die Hauptsitze des ZDF, des SWR, von 3sat, sowie von Verlagen, Zeitungen und Radiosendern zudem auch eine Medienstadt mit nationaler Tragweite. Nicht zuletzt ist Mainz insgesamt ein prosperierendes Wirtschaftszentrum. Im Städteranking 2022 des Instituts der Deutschen Wirtschaft rückte die Stadt Mainz im Niveauranking auf den 7. Platz vor (2021: 16.), während sie im Dynamikranking erstmals den 1. Platz erringen konnte (2021: 48.)¹. Die Stadt punktete den Studienautor:innen zufolge aber nicht nur mit ihrer herausragenden Steuerentwicklung, sondern auch mit einem wirtschaftsfreundlichen Umfeld. Zudem wurde Mainz im Jahr 2022 bei den European Capital of Innovation Awards in der Kategorie „The European Rising Innovative Cities“ mit dem 2. Platz ausgezeichnet².

Aufgrund der zentralen und gut vernetzten Lage im Rhein-Main-Gebiet, profitiert Mainz von der Nähe zu den Großstädten Wiesbaden, Darmstadt und Frankfurt am Main. Eine exzellente Verkehrsanbindung besteht in Mainz durch das Autobahnnetz, das gut ausgebaute Schienennetz mit Anbindung an den Nah- und Fernverkehr, die Rheinlage für den Schiffsverkehr und die nahegelegenen Flughäfen Frankfurt am Main und Hahn. Mainz ist dadurch ein attraktiver Standort für Wirtschaft und Tourismus. In die Landeshauptstadt Mainz pendeln deshalb täglich über 75.000 Einpendler:innen³. Vereinzelt kommen diese sogar aus Berlin, denn Mainz ist als Landeshauptstadt der wichtigste politische Standort für das Bundesland Rheinland-Pfalz.

Neben dem attraktiven Standort schätzen die inzwischen über 220.000 Bürger:innen an Mainz weitere Eigenschaften: Die Geselligkeit, Offenheit und die Aufgeschlossenheit, sowie die Herzlichkeit und die Bodenständigkeit⁴. Der Rhein und Mainz als Teil der internationalen Gemeinschaft der Great Wine Capitals unterstützen dieses Lebensgefühl. Mainz ist ein wichtiger Wissenschaftsstand-

¹ (IW Consult, Städteranking, 2022)

² (European Innovation Council, European Capital of Innovation Awards – The European Rising Innovative Cities, 2022)

³ (Pendleratlas, Pendlerströme und Statistiken für Deutschland, 2022)

⁴ (mainzgefühl.de, 2018)

ort mit vier Hochschulen und ihren über 37.000 Studierenden, die somit ein Sechstel der Bewohner:innen der Stadt ausmachen. Diese profitieren von einem ausgezeichneten Zugang zu Bildung und Wissenschaft und prägen das öffentliche Leben in Mainz mit. Die Landeshauptstadt Mainz zeichnet sich zudem durch die über 2.000-jährige Stadtgeschichte aus. Neben bekannten Persönlichkeiten wie Georg Forster, Johannes Gutenberg und Anna Seghers, sowie Denkmälern wie dem Dom oder dem Römischen Theater, wurde Mainz im Jahr 2021 als SchUM-Stätte zum UNESCO-Weltkulturerbe ernannt⁵.

Das Innenstadtmonitoring 2023 soll die Entwicklung der Innenstadt verfolgen, dabei sind auch die Auswirkungen von globalen Krisen auf die Strukturen und die ansässigen Ladenlokale von großem Interesse. Unterschiedliche Maßnahmen, unter anderem initiiert durch die Landeshauptstadt Mainz, sollen die Innenstadt beleben und die Umsätze ankurbeln. Bereits vor der COVID-19-Pandemie war vor allem der innerstädtische, stationäre Handel durch diverse Herausforderungen (wie dem zunehmenden Online-Handel etc.) unter Druck. Die Pandemie verschärfte diese Wettbewerbssituation und animierte gleichzeitig Unternehmer:innen zur Digitalisierung des eigenen Unternehmensmodells. Dieses Innenstadtmonitoring erlaubt es somit erste Bilanzen zu Auswirkungen der Pandemie auf die Ladenlokale in der Mainzer Innenstadt zu ziehen.

Zielsetzung

Das Innenstadtmonitoring der Landeshauptstadt Mainz wird jährlich im Sommer von der Wirtschafts- und Strukturförderung erhoben. Ziel des Innenstadtmonitorings 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. Mit Blick auf das letzte Jahr, das vor allem geprägt war durch den Krieg in der Ukraine und den daraus resultierenden Fluchtbewegungen, sowie der Ener-

⁵ (UNESCO, SchUM-Stätten Speyer, Worms und Mainz, 2021)

giepreiskrise in Europa und der breitgefächerten, hartnäckigen Inflation, sollen durch die Auswertung der Leerstände erste Rückschlüsse auf das Ausmaß dieser Krisen (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 Verwaltung der Landeshauptstadt Mainz, der Politik, externen Institutionen und 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 14. bis zum 20. Juli 2023 wurden die in Abbildung 1 rot markierten Straßen begangen. Das Untersuchungsgebiet bildet die Innenstadt von Mainz ab und entspricht dem Gebiet des Vorjahres.

Folgende Straßen und Plätze wurden begangen und untersucht:

- Adolf-Kolping-Straße
- Am Brand
- Am Kronberger Hof
- Augustinerstraße
- Bahnhofstraße
- Betzelsstraße
- Dominikanerstraße
- Emmeransstraße
- Fischtorstraße
- Flachsmarktstraße
- Franziskanerstraße
- Fuststraße
- Gaustraße
- Große Bleiche
- Große Langgasse
- Gutenbergplatz
- Gymnasiumstraße
- Heringsbrunnengasse
- Höfchen
- Inselstraße
- Klarastraße
- Kleine Langgasse
- Kirschgarten
- Korbegasse
- Kötherhofstraße
- Leichhof
- Leichhofstraße
- Lotharstraße
- Ludwigsstraße
- Mailandsgasse

- Markt
- Pfandhausstraße
- Philipp-von-Zabern-Platz
- Römerpassage
- Schillerplatz
- Schillerstraße
- Schöffnerstraße
- Schönbornstraße
- Schusterstraße
- Seilergasse
- Seppel-Glückert-Passage
- Sonnengässchen
- Spritzengasse
- Stadionerhofstraße
- Stadthausstraße
- Steingasse
- Umbach
- Vordere Präsenzstraße
- Welschnonnengasse



Abbildung 1: Untersuchungsgebiet des Innenstadtmonitorings 2023

Quelle: eigene Darstellung

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

DEFINITION

Bei der Begehung der einzelnen Straßen wurden alle Ladenlokale inklusive der zugehörigen Straße und Hausnummer manuell tabellarisch aufgenommen. Ladenlokale, die mehrere Eingänge haben, wurden einfach gezählt. Einige Gebäude haben ihre Ladenflächen unterteilt, sodass mehrere Ladenlokale mit derselben Adresse auftauchen. Ersichtliche Änderungen bei Ladenlokalen gegenüber dem Vorjahr wurden in der Erhebung besonders hervorgehoben.

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 zuzuordnende Flächen wurden als „Leerstand“ gezählt, sofern der Wirtschafts- und Strukturförderung nicht andere Informationen vorlagen.

DEFINITION

Leerstehende Ladenlokale wurden notiert und falls vorhanden, wurden die Kontaktdaten der Vermieter:innen oder der Immobilienmakler:innen aufgenommen. Es wurde während der Begehung auf die korrekte Einteilung nicht genutzter Ladenflächen in die Kategorien „Leerstand“ (in der tabellarischen Auswertung mit „Z“ gekennzeichnet) und „Umbau“ (mit „Y“ gekennzeichnet) geachtet.

Im Anschluss wurden alle händisch aufgenommenen Daten mit Hilfe einer Excel-Tabelle digitalisiert. Den Ladenlokalen wurden NACE-Codes⁶ 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

⁶ (<https://nacev2.com/de>)

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 wurde bspw. die Kaffeerösterei Maldaner als „Einzelhandelsgeschäft“ gezählt, da hier der Außer-Haus-Verkauf des eigenen Kaffees im Mittelpunkt steht; das Café Stivale wurde jedoch als „Gastronomiebetrieb“ gewertet, da hier der Café-Betrieb im Vordergrund steht und nicht der Verkauf von Kaffe Zubehör.

DEFINITION

Außerdem wurden Einzelhandelsfilialen nochmals separat gekennzeichnet. Damit ist die Auswertung des Filialisierungsgrades 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 Filialisierungsgrades die Gewichtung von regionalen Händlern zu bundesweiten Konzernen relevant ist.

DEFINITION

Auswertung

Entwicklung des Branchenmix`

Die Mainzer Innenstadt ist von Einzelhandelsgeschäften geprägt. Dazu kommen Gastronomiebetriebe sowie sonstige Ladenlokale, die sich vorwiegend aus Dienstleistungsgeschäften – aber auch aus Handwerksbetrieben – zusammensetzen. Dieser Mix konnte auch 2023 beibehalten werden. Von den insgesamt 819 gezählten Ladengeschäften entfallen 424 Läden auf den Einzelhandel, 151 Läden auf die Gastronomie und 169 Läden auf sonstige Branchen. Im Vergleich zum Vorjahr ist sowohl die Zahl der Einzelhandelsgeschäfte, als auch die der gastronomischen Betriebe gestiegen. Sonstige Ladenlokale gibt es sieben weniger als im Jahr 2022. Dazu befinden sich zum Zeitpunkt der Erhebung 18 Ladenlokale im Umbau, nach 22 Umbauten im Vorjahr.

Bei den Leerständen wurden 56 leerstehende Ladenlokale gezählt, sodass eine leichte Erhöhung zum Vorjahr festgestellt werden kann (siehe Abbildung 2).

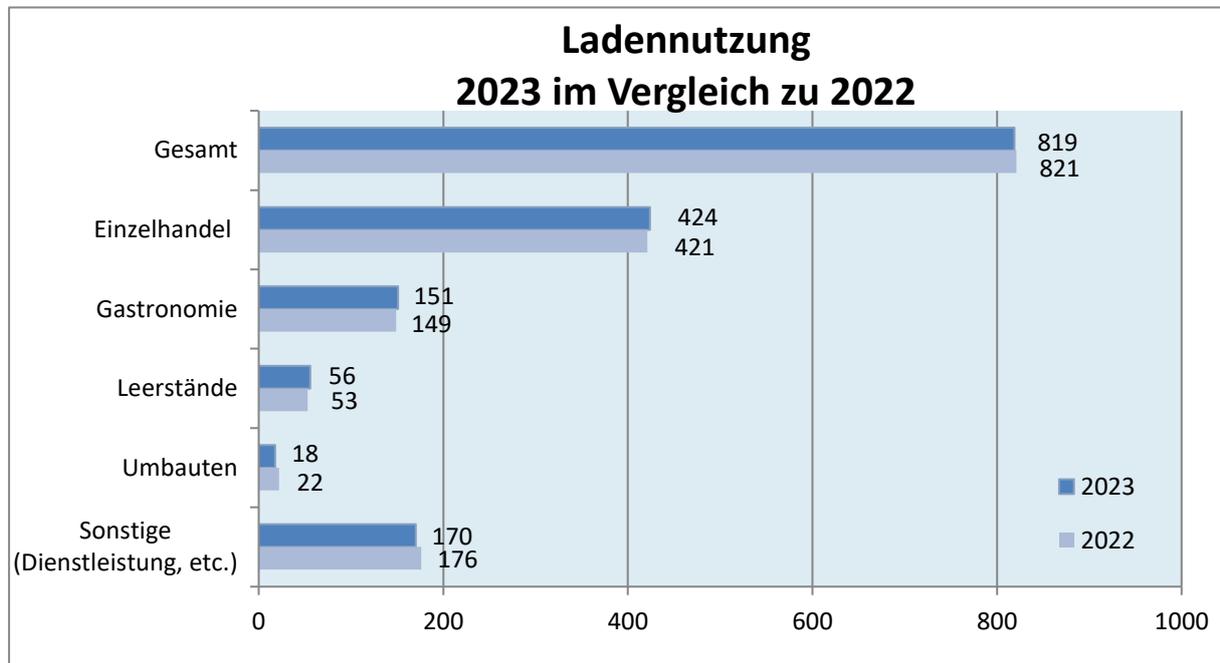


Abbildung 2: Ladennutzung 2023 in der Mainzer Innenstadt im Vergleich zum Vorjahr

Quelle: eigene Darstellung

Im Gesamten ist die Zahl der Ladenlokale in der Innenstadt im Vergleich zu 2022 weitestgehend stabil geblieben (819 zu 821), außerdem sind in der Summe zwei Gastronomiebetriebe hinzugekommen. Im Einzelhandel sind – nach einem Rückgang von zehn Geschäften im Vorjahr – nun wieder drei Geschäfte mehr als 2022 zu verzeichnen. Der Branchenmix hat sich somit zum Vorjahr kaum verändert, es sind allerdings insgesamt vier Leerstände mehr zu verzeichnen.

Entwicklung des Einzelhandels

Die Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte ist bis zum Juli 2023 auf 424 Einzelhandelsgeschäfte angewachsen und befindet sich somit wieder auf dem Niveau von 2020 (siehe Tabelle 1).

Entwicklung der Zahl der Einzelhandelsgeschäfte zum Vorjahr								
Jahr	Jul 16	Jan 17	Jul 18	Aug 19	Aug 20	Aug 21	Jul 22	Jul 23
Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte	442	439	436	433	424	431	421	424
Entwicklung zum Vorjahr	-	-3	-3	-3	-9	7	-10	3
Entwicklung in %	-	-0,7%	-0,7%	-0,7%	-2,1%	1,7%	-2,3%	0,7%

Tabelle 1: Entwicklung des Einzelhandels in der Mainzer Innenstadt

Quelle: eigene Darstellung

Dass der Online-Handel in den letzten Jahren eine immer bedeutsamere Rolle annimmt, ist bekannt. Viele lokale 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 Geschäftsmodelle. Dies trug dazu bei, dass viele Läden auch in Corona-Zeiten ihr Geschäft halten konnten.

Filialisierung im Einzelhandel

Die Filialisierung im Einzelhandel ist für die Landeshauptstadt Mainz ein wichtiger Faktor, um die Entwicklung der Ansiedlung großer Ketten zu begleiten 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 Filialist:innen gewertet.

Mit dem Filialisierungsgrad wird das Verhältnis von Filialen zu allen Einzelhandelsgeschäften abgebildet. Bei der Erhebung für das Jahr 2023 wurden 189 Filialen gezählt, was einem Filialisierungsgrad von 44,6% entspricht (siehe Abbildung 3). Dies zeigt, dass weiterhin regionale Einzelhändler:innen in der Mainzer Innenstadt überwiegen.

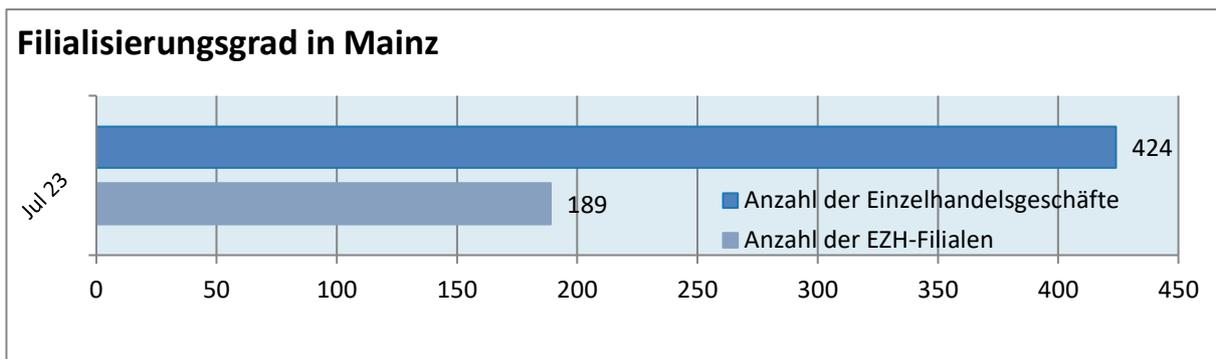


Abbildung 3: Filialisierungsgrad des Einzelhandels 2023 in der Mainzer Innenstadt

Quelle: eigene Darstellung

Besonders in den sogenannten 1A-Lagen, den attraktiven und besonders stark frequentierten Straßen und Plätzen 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 Prozent⁷. Mit 84,6% liegt der Anteil von Filialen in 1A-Lagen in Mainz im deutschen Durchschnitt. Dabei werden 91 Ladenlokale in den Straßen „Am Brand“, „Stadthausstraße“ und „Schusterstraße“ als 1A-Lagen gezählt, wobei Am Brand ein überdurchschnittlich hoher Filialisierungsgrad mit über 90% zu verzeichnen ist (siehe Tabelle 2).

Filialisierungsgrad in den 1A-Lagen				
1A-Lage	Stadthausstraße	Schusterstraße	Am Brand	Gesamt
Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte	30	29	32	91
Anzahl der EZH-Filialen	24	24	29	77
Filialisierungsgrad in %	80,0%	82,8%	90,6%	84,6%

Tabelle 2: Filialisierungsgrad in den 1A-Lagen der Mainzer Innenstadt 2023

Quelle: eigene Darstellung

Filialbetriebe sind wichtig für Innenstädte, da einige Kund:innen gerne aufgrund von Marke, Bekanntheit oder Preis auf das Massensortiment zurückgreifen. Doch regionale und nachhaltige Produkte gewinnen immer mehr an Beliebtheit⁸. Das bekommen zunehmend auch die Filialisten zu spüren, weshalb einige ihre Filialen verkleinern oder die Anzahl der Filialen deutschlandweit reduzieren⁹. Die Landeshauptstadt Mainz möchte eine attraktive Innenstadt gestalten, die sich durch

⁷ (Immobilienscout GmbH, Gewerbelexikon)

⁸ (Deutscher Städtetag, Zukunft der Innenstädte, 2021)

⁹ (WirtschaftsWoche, Immer mehr Ketten verkleinern Filialnetze vom 31.03.2021)



individuellen, regionalen Einzelhandel und einen gesunden Branchenmix von anderen Städten abhebt. In den nächsten Jahren wird es für Mainz besonders wichtig sein, die Waage zwischen Filialen mit Standardsortiment und dem regionalen Handel mit Individualität zu halten.

Entwicklung der Leerstände

Neben den genutzten Ladenlokalen des Einzelhandels, der Gastronomie und sonstigen Dienstleistungen 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, die zu einer Abwertung der Umgebung und zum Verlust von Händler:innen und Kund:innen führen kann. Der Deutsche Städtetag empfiehlt, „Leerstand nicht als Bedrohung [zu] betrachten, sondern als Chance zur Gestaltung nutzen“. Deshalb ist die Landeshauptstadt Mainz mit ihren Partner:innen engagiert, Leerstände möglichst zu vermeiden oder andernfalls kurz- und mittelfristige Zwischennutzungskonzepte zu unterstützen.

Im Jahr 2023 wurden in der Mainzer Innenstadt 56 Leerstände gezählt und im Vergleich zum Vorjahr 2022 konnte eine Zunahme um 5,67% verzeichnet werden (siehe Tabelle 3). Im Zuge dessen ist der vierjährige Mittelwert der Leerstandsquote von 4,8% auf 5,7% angewachsen. Der Anstieg ist maßgeblich darauf zurückzuführen, dass diese vier Jahre nun die Werte ab 2020 umfassen, als die Corona-Pandemie bereits zu ersten Geschäftsaufgaben in der Innenstadt geführt hat.

Entwicklung des Leerstands zur Anzahl der Ladenlokale									
Jahr	Okt 04	Jul 16	Jan 17	Jul 18	Aug 19	Aug 20	Aug 21	Jul 22	Jul 23
Anzahl der Leerstände	36	33	34	30	25	46	32	53	56
Leerstandsquote	5,8%	4,3%	4,4%	3,7%	3,2%	5,7%	3,9%	6,5%	6,8%
Entwicklung zum Vorjahr in Prozentpunkten	-	-	0,1%P	-0,7%P	-0,6%P	2,5%P	-1,7%P	2,5%P	0,3%P
Mittelwert		4,3%	4,3%	4,1%	3,9%	4,2%	4,1%	4,8%	5,7%

Tabelle 3: Entwicklung der Leerstände zwischen 2016 und 2023 in der Mainzer Innenstadt Quelle: eigene Darstellung

Die Leerstandsquote, die das Verhältnis von Leerständen zur Gesamtzahl der Ladenlokale abbildet, liegt im aktuellen Jahr bei 6,8%. Sie liegt damit über den Vorjahreswerten (siehe Abbildung 4). Es finden sich in Mainz einige Zwischennutzungskonzepte, die Leerstände aktiv bespielen. So gibt es in der Großen Bleiche 1 eine Zwischennutzung mit einem Conceptstore und einem Café und in der Seppel-Glückert-Passage 10 wurde in einer ehemaligen Buchhandlung eine Pop-Up-Galerie eröffnet. Im Rahmen des Modellvorhabens „Innenstadt-Impulse“ des rheinland-pfälzischen Ministerium des Innern ist es neben diversen anderen Maßnahmen auch möglich, Pop-Up-Stores finanziell zu unterstützen, z.B. durch einen lokalen Leerstandsfonds. Seit März 2023 wird so das Vinokilo Ladengeschäft in der Stadionerhofstraße gefördert, welches ein Jahr lang einen ehemaligen Leerstand in der Innenstadt bespielt und dafür einen Teil der Mietkosten aus dem Fonds erstattet bekommt.

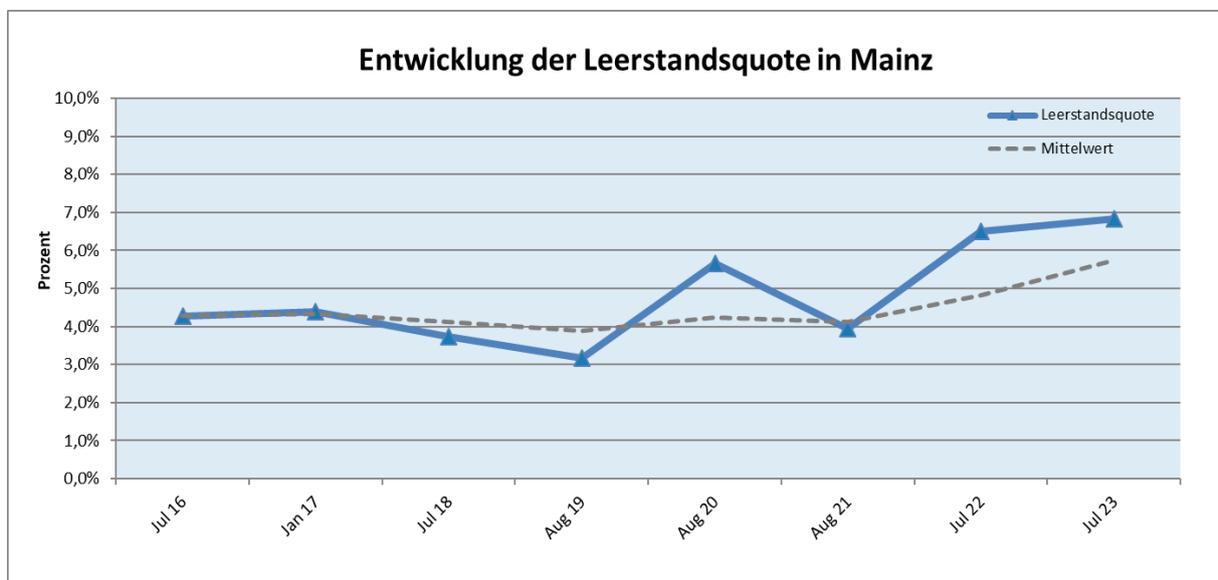


Abbildung 4: Entwicklung der Leerstandsquote bis 2023 in der Mainzer Innenstadt

Quelle: eigene Darstellung

Auch wenn die allermeisten Ladenschließungen im Verlauf der Corona-Pandemie verhindert werden konnten und die Innenstädte durch mehr Publikumsverkehr wieder belebter sind, so liegen vor dem Einzelhandel zukünftig weiterhin viele große Herausforderungen. Darunter hervorzuheben sind insbesondere die zunehmende Digitalisierung des Einzelhandels, der Kaufkraftverlust weiter Teile der Bevölkerung, höhere Energiepreise sowie deutlich gestiegene Kreditzinsen.

Entwicklung des Nutzungskonzepts

Die Gesamtzahl der Ladenlokale in der Mainzer Innenstadt ist in den letzten Jahren weitestgehend stabil geblieben und nahm 2023 im Vergleich zum Vorjahr um zwei Ladenlokale ab (siehe Abbildung 5). An bestimmten Merkmalen zeigt sich inzwischen aber deutlich, dass die Innenstadt mehr als ein reiner Einkaufsort ist. Der regionale Bezug spielt in vielen Ladenlokalen eine immer stärkere Rolle, beispielsweise im mainz STORE am Marktplatz – der beim Tourismuspreis Rheinland-Pfalz 2022 als „Projekt des Jahres“ ausgezeichnet wurde¹⁰, dem „Unsereins“ in der Augustinerstraße und den anmietbaren Fächern bei „s Fachl“ in der Inselstraße.

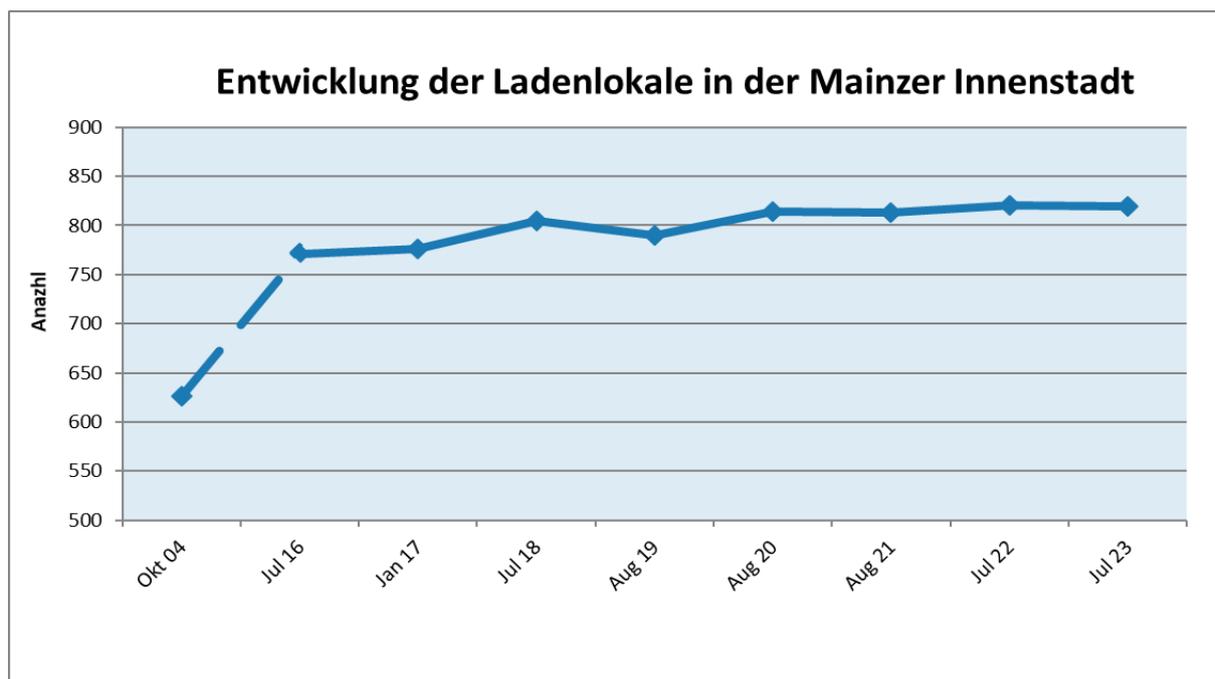


Abbildung 5: Entwicklung der Ladenlokale bis 2023 in der Mainzer Innenstadt

Quelle: eigene Darstellung

¹⁰ (Tourismuspreis Rheinland-Pfalz, 2022)

Zunehmend wollen Unternehmer:innen der Mainzer Innenstadt ihre Kund:innen mit neuen Ideen überzeugen. Durch diese Regionalität, Individualität und Diversität der Ladenlokale entstehen ein Mehrwert und eine stärkere Identifikation für die Besucher:innen mit der Mainzer Innenstadt. Weiterhin ist in Mainz der Wandel der Innenstadt zu einem Erlebnisraum spürbar. Das Leben in den Innenstädten ist zurückgekehrt und die Aufhebung der letzten COVID-19-Schutzmaßnahmen im Frühjahr 2023 ermöglichte die erneute Durchführung von Festivals, Konzerten, Messen, Märkten und Sportveranstaltungen. Eine spürbare Erholung des in- und ausländischen Tourismus sowie eine vermehrte Rückkehr von Arbeitnehmer:innen an ihren Arbeitsplatz konnte ebenso festgestellt werden. All dies führte zu einer erhöhten Besucherfrequenz in der Mainzer Innenstadt¹¹, diese wiederum sorgte für eine Erholung des lokalen Handels. Dies geschah zuvorderst in den Branchen, die am meisten von den Einschränkungen der Pandemie betroffen waren – wie den körpernahen Dienstleistungen und der Gastronomie. Andererseits haben größere Filialisten, vorwiegend im Modebereich, weiterhin mit einem veränderten Einkaufsverhalten der Kund:innen zu kämpfen (z.B. GALERIA).

Fazit

Mit dem Innenstadtmonitoring 2023 wurden insbesondere Erkenntnisse über Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, dem Energiepreisschock und der durch die Inflation schwindenden Kaufkraft der Kund:innen erwartet. Nach Analyse aller erhobenen Daten muss im Blick auf die Auswirkungen eine durchmischte Bilanz gezogen werden: Einerseits stieg im Vergleich zu 2022 die absolute Zahl der Einzelhandelsbetriebe leicht an, ebenso die Anzahl an Gastronomiebetrieben. Zudem ist der Filialisierungsgrad nach einem Hoch von 55,2% im Jahr 2020 wieder auf 44,6% zurückgefallen. Andererseits haben die Leerstände in der Innenstadt leicht zugenommen – all das während weniger aktive Umbauarbeiten und sonstige Geschäfte in der Innenstadt gezählt wurden. Die innerstädtischen Ladenlokale konnten zwar bis zum heutigen Zeitpunkt mit großer Mehrheit eine Geschäftsschließung vermeiden, aber ob sich die Bestandsunternehmen erholen können, hängt sowohl von ihrer Innovationskraft sowie von weiteren Rahmenbedingungen ab.

¹¹ (Hystreet, Passantenfrequenz Mainz, 2023)

Weiterhin gilt es, die Attraktivität der Innenstadt für Besucher:innen zu steigern. Der anstehende Umbau der Ludwigstraße dürfte sich dabei langfristig positiv auf die Innenstadt auswirken. Um das Ziel der Attraktivitätssteigerung der Innenstadt auch kurz- und mittelfristig zu erreichen, wird die Wirtschafts- und Strukturförderung der Landeshauptstadt Mainz – neben diversen anderen Aktivitäten der Stadtverwaltung – 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 zu 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 hat die Wirtschaftsförderung ihr Angebot an individuellen Beratungsangeboten für Unternehmer:innen gestärkt. Im letzten Jahr gab es zahlreiche Gründungsberatungen, Beratungen zu Soforthilfen und vereinzelte Beratungen zu anderen Themen. Durch die erfolgte personelle und damit fachliche Aufstockung des Personals der Wirtschaftsförderung können Unternehmer:innen nunmehr ein umfassenderes Beratungsangebot in Anspruch nehmen. So wurde im Stellenplan 2021/22 eine neue Vollzeitstelle mit Fokus auf die Innenstadt, Gewerbevereine und Leerstände in der Wirtschaftsförderung geschaffen und 2023 besetzt.

- **Netzwerkformate**

Die Landeshauptstadt Mainz ist gemeinsam mit Partner:innen und lokalen Akteur:innen weiterhin gefordert, die negativen Auswirkungen überregionaler Krisen abzuwenden. Dabei gilt es, gemeinsam Projekte zu entwickeln und Prozesse aktiv mitzugestalten. Bisher hat das monatliche „Netzwerk City-Frühstück“, gemeinsam organisiert von Mainz Citymanagement e.V., der Werbegemeinschaft Mainz e.V. und der Wirtschaftsförderung, 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, so liegt der Filialisierungsgrad in Mainz weiterhin bei unter 45%. Durch vielfältige Maßnahmen zur Imagesteigerung, insbesondere werblicher Art für den Handels- und Erlebnisort Innenstadt Mainz, wird die Attraktivität in den Augen der Besucher:innen weiter gesteigert. Hierzu gab es von Ende 2022 bis zum Frühjahr 2023 eine große Imagekampagne - getragen von den Stakeholdern der Innenstadt – und umgesetzt von der mainzplus CITYMARKETING GmbH zusammen mit der Wirtschaftsförderung, mit Förderung vom Land Rheinland-Pfalz¹².

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

Bereits in den letzten Jahren 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 Akteur:innen oftmals vor große Herausforderungen stellen. Gleichzeitig bietet sie jedoch neue Möglichkeiten, so wird beispielsweise das Mainzer Leerstandsmanagement künftig digital. Durch Smart City-Maßnahmen können beispielsweise Verkehrswege sicherer werden oder Netzwerke effizienter arbeiten. Auch die Verwaltung ist hier gefragt, weshalb die Digitalstrategie „mainz digital“ der Landeshauptstadt Mainz weiter 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 Stakeholder – Verwaltung, Wissenschaft, Verbände und Vereine, Bürgerschaft und Wirtschaft. Die kommenden Jahre sind dabei Chance und Herausforderung zugleich, denn einerseits bleibt eine traditionsreiche und zugleich dynamisch wachsende Großstadt mit erfolgreichen Playern auf

¹² (Arbeitsgemeinschaft RLP, Gemeinde- und Städtebund RLP, Städtetag RLP; Gemeinsame Positionen zur Innenstadtentwicklung 04/23, S. 7, 2023)



dem Markt weiterhin attraktiv für Unternehmen und ihre Mitarbeiter:innen. Andererseits unterstreichen die Nachwirkungen der COVID-19 Pandemie, ein verändertes Einkaufsverhalten der Verbraucher:innen und drei aufeinanderfolgende Jahre mit Reallohnverlusten in Deutschland, einige der Herausforderungen, denen Gewerbetreibende in der Innenstadt künftig ausgesetzt sind. Die vergangenen Jahre haben deutlich aufgezeigt, wie wichtig es ist, an einem Strang zu ziehen. Die Landeshauptstadt Mainz wird diesen Wandel deshalb aktiv mitanstoßen und begleiten, Unternehmer:innen und Selbstständigen dabei mit Rat und Tat zur Seite stehen, sowie dazu beitragen, die Rahmenbedingungen für eine facettenreiche Innenstadt der Zukunft zu schaffen.



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/ Dominik Ketz

Stand: 07/2023



Landeshauptstadt
Mainz