



Stefan Frey

# Was kommt, wenn der Einzelhandel geht?

## Alternative Nutzungen für die vielen Erdgeschossflächen

**Die Vermietung von Erdgeschossflächen an Händler wird immer schwieriger. Dennoch werden sie weiterhin geplant und bewilligt. Entwickler und Stadtplaner tun sich offenbar schwer, neue Ideen für Erdgeschossnutzungen auszuprobieren, denn oft ist eine alternative Nutzung mit geringeren Mieterträgen verbunden. Aber ist lang andauernder Leerstand besser? Was kann getan werden, und welche erfolgreichen Praxisbeispiele gibt es?**

Es wird immer schwieriger, für Erdgeschosse lukrative Einzelhandelsmieter zu finden. Denn es gibt in Deutschland sehr viele überflüssige Verkaufsflächen, vor allem in Mittel- und Kleinstädten sowie in Nebenlagen von Großstädten – und immer weitere werden geplant und gebaut: Bei fast jedem größeren Neubauprojekt wird im Erdgeschoss Handelsfläche eingeplant. Ob hierfür Bedarf besteht, ob die Passantenfrequenz und weitere Faktoren stimmen, wird im Vorfeld selten ermittelt.

In Deutschland belief sich 2020 die Zahl der Verkaufsfläche auf 125 Mio. Quadratmeter – 1990 lag sie noch bei 77 Mio. Auf die Zahl der Einwohner heruntergerechnet, ist dies Rekord in Europa. An dieser Situation wird sich auf absehbare Zeit vermutlich nichts ändern. Das hat mehrere Gründe:

- **Erstens:** Der Onlinehandel wird weiterwachsen – mit oder ohne Pandemie. Er wird dazu führen, dass immer mehr Läden schließen und längere Zeit leer stehen beziehungsweise keine Nachnutzer finden. Zwischen 2011 und 2021 stieg der Anteil des Distanzhandels am Handelsumsatz von 4,2 auf 18 Prozent. Alle Prognose sagen dem E-Commerce weiterhin hohes Wachstum voraus.
- **Zweitens:** Bei Neubauprojekten sind die Entwickler, insbesondere die Mitarbeiter in Bauämtern, phantasielos, was die Nutzung der Erdgeschosszone betrifft. Das heißt, es werden weiterhin und ungebremst darin Einzelhandels- beziehungsweise Gastronomieflächen vorgesehen und ohne Weiteres bewilligt. Nur wenn es unmöglich ist, langfristige Nutzer zu finden, lassen Vertreter der Ämter mit sich reden und stimmen nach einigen Monaten einer Änderung der Nutzung in ein Büro, eine Kita oder Arztpraxis zu.

Bei der Gebäudeplanung steht das Erdgeschoss oft im Hintergrund. Manch großer Büromieter hat zudem überzogene Vorstellungen, wie der Erdgeschossbereich, der letztlich auch Visitenkarte seines Büros ist, auszusehen hat, welche Mietergruppen diese anmieten dürfen. Bei Branchen, wie Discountern oder Ein-Euro-Läden, rümpfen sie die Nase.

## Leerstand in Kauf nehmen, um pro forma Immobilienwert zu stabilisieren

Trotz allem gibt es offenbar noch viele Eigentümer, die der Meinung sind, dass sie ihre Erdgeschossflächen langfristig und lukrativ an einen Händler vermieten, also an alte Zeiten anknüpfen können, die 15 bis 20 Jahre zurückliegen. Manche lassen die Flächen leer stehen, um eine Wertabschreibung ihres Objekts zu verhindern: Solange die kalkulierte Miete nicht durch tatsächliche, niedrige Verträge widerlegt ist, steht sie so in den Büchern und stabilisiert den Immobilienwert. Lang andauernden Leerstand, der das Stadtbild nach unten zieht, finden hingegen die Kommunen, aber auch benachbarte Händler und Gastronomen, nicht gut.

Tatsächlich müssen Erdgeschossflächen mindestens 20,- Euro pro Quadratmeter Nettokaltmiete erzielen, um sich zu rentieren. Das wird immer schwieriger. Hinzu kommt, dass sich Grundstücks- und Baukosten in den zurückliegenden Jahren stark erhöhten. Nachträgliche Umnutzungen sind häufig teuer: Wird eine Handelsfläche nachträglich in Gastrofläche umgebaut, sind hierfür Umbauten nötig für zusätzliche Toiletten, Küche, Abluft, Klima, Fettabscheider, Kühlhäuser etc. Würde man dies beim Neubau berücksichtigen, würde es die Kosten reduzieren. Zu diesem Ergebnis kommt letztlich auch die Studie „Erdgeschoss 4.0“ des Analyseinstituts Bulwiengesa vom Oktober 2020, die sich mit künftigen Nutzungen befasste.



Abb. 1: Leerstand vermeiden! (Foto: Annick Rietz)



Denn man muss im Gegensatz zu vermieteten Wohnungen bei Erdgeschossflächen immer öfter mit Leerstandphasen, mietfreien Anfangszeiten (Incentives) sowie kürzeren Mietzeiten rechnen. Das kann, je nach Branche und Geschäftskonzept des Gewerbieters, die Bilanz des Vermieters verhängeln. So kommt es, dass die Parterregewerbieter von darüberliegenden Büronutzern und Wohnungsmietern subventioniert werden. Gerade alternative Nutzungskonzepte, wie Nachbarschaftscafés, Reparaturläden, Secondhand-Geschäfte und Cafésbars, die von Stadtentwicklern und Nachbarn gern gesehen wären, sind ökonomisch oft uninteressant, weil sie die genannte Mindestmiete nicht bezahlen können.

## Ausnahmen sind Discounter, Drogeriemärkte, Systemgastronomie

Natürlich gibt es Ausnahmen, wie große Discounter, Lebensmittelhändler oder Drogeriemärkte, die längerfristige Mietverträge schließen und auskömmliche Mieten zahlen. Ähnliches gilt in Toplagen für internationale Textilisten. Auch Systemgastronomen mit erprobten Konzepten gehen verstärkt in Mittelstädte beziehungsweise in die Einkaufsstraßen von Stadtteilen. In Nebenlagen scheitern große Nahversorger aber oftmals daran, dass sie keine Flächen ab 2.000 Quadratmetern finden, die für ihr Sortiment ausreichend sind. Dabei sind Anbieter, wie Rewe und Aldi, gerade dabei, auch auf kleineren Flächen in Wohngegenden zu expandieren, und verzichten sogar auf Kundenparkplätze. Nicht zuletzt die Tatsache, dass mehr Menschen im Homeoffice arbeiten, lässt dies sinnvoll erscheinen. Aldi-Süd hat beispielsweise Ende 2021 in der Kölner Innenstadt einen Kleinladen eröffnet: auf knapp 540 Quadratmetern Fläche.

## Neue Ansätze und Ideen für Erdgeschossflächen

Wie lässt sich diese Zwickmühle auflösen? Ist man als Vermieter bereit, den Frosch rentierlicher Mieten im Erdgeschoss zu schlucken und die Querfinanzierung hinzunehmen, entsteht Platz für Visionen. Es gibt durchaus Möglichkeiten und erfolgreiche Beispiele, Parterreverkaufsflächen alternativ zu nutzen. Wenn man schon nicht an der Miethöhe etwas ändern kann, dann lassen sich die Ertragszahlen dadurch verbessern, dass möglichst lange Laufzeiten vereinbart oder anspruchlose Mieter gefunden werden, die keine teuren Umbauten und Inneneinrichtungen benötigen. Dazu zählen beispielsweise Schnelllieferdienste, die zentral gelegene Kleinlager suchen, um von dort ihre Kunden mit Fahrrädern zu beliefern. Anbieter, wie Flink, Gorillas, Getir und Wolt, suchen derzeit in Ballungsregionen, aber auch in immer mehr Mittelstädten nach entsprechenden Flächen. Ihre Bedürfnisse an die Einrichtung sind gering, weil sie keinen Kundenverkehr haben.

Vermieter können durch eine größere Flexibilität bei den Ausbauleistungen die Zahl ihrer Mietinteressenten vergrößern. Ist er beispielsweise darauf festgelegt, dass er für neue Mieter die Ausbaukosten übernimmt und diese Investitionen in Form einer höheren Monatsmiete langfristig kompensiert, dann fallen potenzielle Gewerbieter hinten runter, die mit einer geringeren Miete kalkulieren müssen, aber ebenfalls als Flächennutzer infrage kämen. Gerade kleine Handelskonzepte mit geringen finanziellen Ressourcen können nur geringe Miethöhen tragen. Diesen ist geholfen, wenn sie lediglich einen veredelten Rohbau mieten, den Innenausbau in Eigenregie durchführen und dafür später eine geringere monatliche Mietbelastung haben.



Abb. 2: Wunschbild: Einzelhandel im Erdgeschoss (Foto: Annick Rietz)



Erdgeschosse lassen sich außerdem in zusätzliche Räume für die darüber lebenden Wohnungsmieter umnutzen beziehungsweise von Beginn an planen. Das können Fahrradräume sein, die von der Straße aus ebenerdig zugänglich und so groß sind, dass darin auch E-Bikes, Lastenräder und Fahrradanhänger sicher abgestellt werden können. Gerade in verdichteten Innenstädten fehlt es an solchen Flächen. Auch Mieterkeller wären denkbar. Werden die Kellerräume im Erd- anstatt im Untergeschoss geplant, minimiert das die Baukosten, weil weniger beziehungsweise keine Tiefbauarbeiten nötig sind. In Gebieten, die von Hochwasser betroffen sind, sind ebenerdige Abstellräume oftmals Pflicht.

## Entscheidend ist die Kundenfrequenz

Sinnvolle Nutzer sind auch Bäckereien mit Café, vorausgesetzt, die Frequenz stimmt: dass etwa die Büronutzer oder Bewohner in dem neuen Gebäude sowie ihre angestammte Nachbarschaft für genügend Zulauf sorgen. Auch eine in der Nähe befindliche U- oder Straßenbahnhaltestelle kann für solche Konzepte ein Umsatzbringer sein. Im Kölner Büro- und Wohnquartier „Ehrenwert“ war dies sinnvoll: Hier werden auf über 10.000 Quadratmetern Bürofläche viele Angestellte arbeiten, hinzu kommen die Bewohner der 43 Eigentumswohnungen. Außerdem grenzt das Quartier an eine Durchgangsstraße, die der im Quartier angesiedelten Bäckerei samt Café zusätzliche Gäste bringt.

Auch Kitas können in vakante Parterreflächen ziehen. Hier müssen aber verschiedene Voraussetzungen stimmen, die sich je nach Stadt und Bundesland unterscheiden können hinsichtlich der Freiflächen für die Kinder, der Frage, ob sie auf mehreren Etagen oder nur im Erdgeschoss betreut werden dürfen etc. Festzustellen ist, dass die Kommunen hierbei in den zurückliegenden Jahren flexibler geworden sind, nicht zuletzt, um dem Mangel an Betreuungsplätzen zu begegnen.

## Manche Konzepte greifen auf Nachbarflächen über

Manche funktionierenden Handelskonzepte werden in Nebenlagen auf Nachbarschaftsgebäude ausgeweitet. Ein Einrichtungsladen im „Belgischen Viertel“ in Köln plazt aus allen Nähten und übernahm ein benachbartes Ladengeschäft, um das Angebot unter anderem um Gin und andere Alkoholika zu erweitern. Ein Schuhladen im selben Quartier übernahm drei benachbarte Läden: In einem ist ein Pop-up-Store für Mode, im anderen eine selbst gegründete Social-Media-Agentur tätig, der dritte Geschäftsraum wird als Lager für den florierenden Onlinehandel genutzt. Sind die Händler social-media-affin, gelingt es ihnen, über Kanäle, wie Instagram, Kunden anzufüttern und für besondere Aktionen in ihre Läden zu locken. Das kann eine fehlende natürliche Passantenfrequenz ersetzen.



Abb. 3: In Deutschland keine Alternative: Erdgeschossnutzung in Peru (Foto: worldvespa)

## Gemeinschaftliche Vermietung

Im nördlichen Teil der Hamburger Hafencity hat die Stadt mit der städtischen Gesellschaft Hafencity Hamburg (HCH) ein Mitspracherecht bei der Vergabe der insgesamt 13.000 Quadratmeter Erdgeschossflächen durchgesetzt. Eine Quartiersmanagerin setzt diese durch und sorgt für einen verträglichen Branchenmix, der die Interessen der Bewohner, der Entwickler, der Stadt und der Gewerbetreibenden unter einen Hut bringt. Das Areal umfasst über 110.000 Quadratmeter. So müssen alle Geschäfte an sechs Tagen in der Woche offen sein. Neben Tagescafés und Lebensmittelgeschäften wurden unter anderem ein Barbier, Möbeldatiers und der Influencer Hotspot, das „Museum of Popcorn“, angesiedelt.

Bei regelmäßigen Treffen mit den Eigentümern wird über freiwerdende Ladenflächen und die Nachnutzung geredet. Anfangs waren die wenigsten Entwickler erbaut darüber, dass die Stadt ein Mitspracherecht bei ihren Nutzungen geltend machte. Aber nach über zehn Jahren stehen die meisten hinter dem Konzept. Dabei geht es nicht nur um den Einzelhandel, sondern auch um die Nutzung von Freiflächen, wie dem Quartiersplatz, auf dem ein Wochenmarkt stattfindet, ebenso wie Street-Food- und Weihnachtsmärkte sowie Musikveranstaltungen.



**Stefan Frey**

Vorstand der Immobilien-Projekt-Management AG, Köln