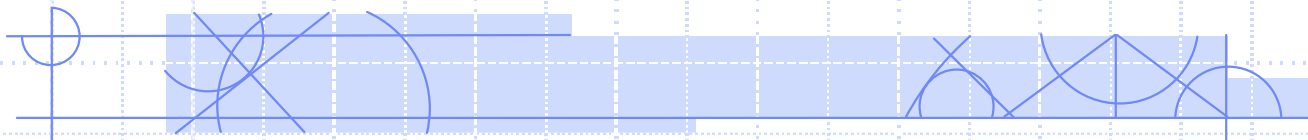
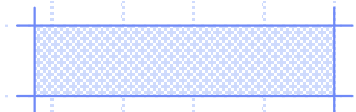


Internationale Erfahrungen mit der Revitalisierung von Geschäftsstrassen/Zentren am Beispiel der USA – Chancen und Risiken



Dipl.-Ing. Jennifer Gerend



Wir kennen aus den USA:

Riesige Shopping Malls, Wal-Mart, “Drive Throughs”, McDonald’s, Suburbs (Vororte)



Gleichzeitig finden wir auch:

Viele wiederbelebte Innenstädte und Zentren,
erfolgreiche Tante-Emma-Läden, starke
Interesse von Einzelhändler



**Mit welchen Mitteln haben Geschäftsstraßen
Erfolg, wenn Einkaufszentren doch schon
alles anbieten?**

Mit Charme und Authentizität



Mit Kreativität



Mit Humor



Mit einem außergewöhnlichen Sortiment



Mit Partnern



Früher haben die Einkaufszentren und Wal-Marts problemlos überall gebaut...

Wenn ein Wal-Mart alt wurde, hat man ohne Bedenken andernorts ein neues Wal-Mart Supercenter gebaut. 2006 hatte die Kette über 300 leere Geschäfte, aber nicht weniger Standorte.

Viele Städte sind dabei zu überdenken, ob sie zu viel Gewerbefläche gestattet haben, ob sie "Big Box" Läden und Einkaufszentren weiterhin erlauben sollen, und was aus ihren Innenstädten und älteren Geschäftsstraßen werden sollen.

Amerikanische Städteverwaltungen lernen *langsam* dazu....

Warum beleben wir traditionelle Einkaufsstraßen? Und warum sind Tante-Emma-Läden und kleine Einzelhändler wieder wichtig?

Erst in den letzten 5-10 Jahren wurde die Beziehung zwischen Tante-Emma-Läden und Kettenläden in den USA verstärkt untersucht.

- Im Gegensatz zu Kettenläden fließt bei Tante-Emma-Läden ein höherer Anteil der Gewinne in die lokale Wirtschaft.
- Ein hoher Anteil vom Umsatz der neuen Kettenläden ist nicht wirklich neu, sondern „geklaut“.
- Kettenläden bauen mehr Stellen in der Umgebung ab, als sie neu anbieten.



“Mall? Not for me.”



Tante-Emma-Läden fordern lebendige
Geschäftsstraßen und traditionelle
Geschäftsstrassen fordern Tante Emma
Läden und andere kleine Einzelhändler.

Wie werden solche Geschäftsstraßen wiederbelebt?

- Engagierte Städteverwaltungen und Bezirke, die lokal denken und mitarbeiten
- Große Unterstützung von lokalen Standortinitiativen (B.I.D.s, non-profit organizations, merchant associations) durch Kommunen, Banken, Stiftungen, Sponsoren und Eigentümer
- Eine Stadtplanung, die heute traditionelle Einkaufstraßen auch stärker berücksichtigt.

Beispiel: Myrtle Avenue, NYC



Im Jahre 2000



Myrtle Avenue Überblick

- Der Myrtle Avenue Brooklyn B.I.D. (2004) kümmert sich um einen Teil von einer Einkaufsstraße, der etwa 3 Kilometer lang ist.
- Diverse Einflüsse wirken auf die Einkaufsstraße:
 - Universitäten mit etwa 15.000 Studenten
 - 3.000 Sozialwohnungen
 - Fort Greene Park
 - ein historisches Wohngebiet
- Die Siedlung ist ethnisch gemischt, mit etwa 30.000 Einwohner.
- Die Bebauung ist 2-3 geschossig, mit Wohnungen über den Geschäften.
- Rund 200 Unternehmen, zumeist kleinere Einzelhändler, Dienstleister, Restaurants, Kneipen und Cafés.

Myrtle Avenue

Phase I: Projekte durch freiwilliges Sponsoring und Unterstützung der Stadt (2000-2003)

Phase II: Business Improvement District (B.I.D.) Planung (2003-2004), weitere Projekte

Phase III: nachhaltiges Quartiersmanagement, Marketing und Planung durch B.I.D.



New York City B.I.D.s



- Heute geben 55 BIDs jährlich insgesamt \$80 Millionen Dollar für Seviceleistungen aus.
- 70 000 Unternehmen in BID-Gebieten profitieren davon.
- Die 55 B.I.D.s und etwa 50 lokale Initiativen werden von einer zentralen Verwaltung betreut.

Typische B.I.D. Serviceleistungen:

- Sanierung
- Sicherheit
- Wirtschaftsförderung: Beratung von Existenzgründer, Klein- und mittelständischen Unternehmen (KMU), Hilfe bei der Konzepterstellung, Standortsuche, Fördermöglichkeiten
- Stadtmarketing und besondere Veranstaltungen, Feste
- Lokale Stadtplanung
- Finanzielle Unterstützung durch Banken und Stiftungen (für Straßenlampen, usw.)
- Informationen, Website Organisation

Was kann man in der ersten Phase tun (ohne B.I.D.)?

Aktivierung der Eigentümer und Einzelhändler durch eine balancierte Mischung von:

- Kiez-Newsletter, Website, kostenfreies oder günstiges Marketing für Einzelhändler
- Projekte
- Kleine Anreize
- Presse und Events
- Zusammenarbeit mit Polizei, Ordnungsamt
- Dokumentation über Erfolge und Grenzen (z.B. Trittbrettfahrer)

Branchenmix



- Kundenbefragung und Erfassung von gewünschten Läden und Gastronomieeinrichtungen (z.B. Eisdiele, Apotheke, Café)
- Liste von Läden erstellen, die zu mieten sind (oder sein werden)
- Anreize für die Ansiedlung von Läden anbieten (z.B. Design, Renovierung von Fassade)

Regelmäßige Events

- Artwalk
- Wochenmarkt

Seattle, Washington



Edmonds, Washington



Eine andere Konsumdenkweise fördern

Einzelhändler sind Nachbarn im Kiez. Kauft man bei Tante-Emma ein oder bei der Kette im Einkaufszentrum?

Brooklyn, New York



Wussten Sie....?

Wenn man 100 Dollar bei einem Kettenladen ausgibt, bleiben nur 13 Dollar in der Umgebung.

Wenn man 100 Dollar bei einem kleinen lokalen Einzelhändler ausgibt, bleiben 45 Dollar in der Umgebung.

-Studie in Austin, Texas

Brooklyns moderne Tante-Emmas

"We met while public high school history teachers in Brooklyn. These days my teaching usually involves giving advice to aspiring and existing entrepreneurs."
KAREN AND DAMANI



KAREN'S BODY BEAUTIFUL
436 MYRTLE AVENUE • 718.797.4808
IN BUSINESS SINCE FEBRUARY 2004

HOME GROWN & LOCALLY OWNED MYRTLE AV
WWW.MYRTLEAVENUE.ORG BROOKLYN

"The café is an extension of our Latin-American tradition. Everyone is welcome here. Our landlord, Tony, is our most faithful customer."
TINO AND MARTIN



CAFE MARTINO
559 MYRTLE AVENUE • 718.636.3966
IN BUSINESS SINCE MAY 2006

HOME GROWN & LOCALLY OWNED MYRTLE AV
WWW.MYRTLEAVENUE.ORG BROOKLYN

"Working for Adami Hardware for 15 years has prepared me to run my own business. Living above the store gives me an intimate connection with my customers and allows me to keep my finger on the pulse of the neighborhood."
GUSTAVO AND SONS



CLINTON HILL HARDWARE
452 MYRTLE AVENUE • 718.237.7827
IN BUSINESS SINCE JANUARY 2006

HOME GROWN & LOCALLY OWNED MYRTLE AV
WWW.MYRTLEAVENUE.ORG BROOKLYN

Berlin: Chancen und Risiken

Risiko:

Einkaufszentren ohne Berücksichtigung von Einkaufstraßen in der Umgebung



komplette Ansiedlung von Kettenläden im Einkaufszentrum



unnatürliches Branchenmix draußen und unattraktive Atmosphäre

Risiken

- Fördermittel, die auslaufen, ohne etwas Nachhaltiges zu verlangen
- Entmutigung von Einzelhändlern, Eigentümern und Einwohnern

Zentrale Frage:

Die Anforderungen und Bedürfnisse des Kunden ändern sich ständig. Ein Einkaufszentrum kann leicht neu gestaltet werden. Wer sorgt dafür, dass die Geschäftsstraßen-Zentren auch flexibel bleiben?

Chancen

- Altbaugelände mit einer Mischung von Nutzungsvarianten
- Stadtentwicklungsprozesse und Initiativen, an denen Eigentümer und Einzelhändler schon in der Planungsphase beteiligt werden. (z.B. in Berlin: Mittendrin, Sanierungsgebiete)
- Trittbrettfahrer (als Chance für B.I.D. Motivierung!)
- Einkaufszentren kleiner gestalten, oder in begrenztem Umfang
- Hochqualifizierte Mitarbeiter in den Bezirken

Ausblick

- „Einzelhandel-Betreuung-Team“ aus Mitarbeitern in den Bezirken durch besondere Weiterbildung (Veranstaltungen, Lesematerialien, eventuelle Studienreisen) entwickeln?
- Bericht an Senat mit lokalen Erfahrungen (positiv u. negativ) könnte weitere Gesetze für effektive Standortinitiativen (z.B. B.I.D.s) sowie Genehmigungen für den Bau von Einkaufszentren beeinflussen.

Weitere Information:

National Main Street Center

<http://www.mainstreet.org>

International Downtown Association

<http://www.ida-downtown.org>

American Independent Business Alliance

<http://amiba.net>

New Rules Project Institute for Local Self-Reliance

<http://www.newrules.org/retail/index.php>

NYC Department of Small Business Services

<http://www.nyc.gov/sbs>

Myrtle Avenue Partnership & B.I.D.

www.myrtleavenue.org

City of Seattle Economic Development Department:

http://www.seattle.gov/economicdevelopment/n_c_devt.htm

Kontakt:

Jennifer Gerend

jrgerend@yahoo.com