

# Mitteilung

## öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Wirtschaftsausschuss	13.01.2022

### Zwischenanalyse der Gewerbeflächen-Vollerhebung der Kölner City

Die KölnBusiness Wirtschaftsförderung erhebt regelmäßig die Daten zu Gewerbeflächen in der Kölner City. Von Einzelhandel über Gastronomie bis Dienstleistungen – die systematisch aufbereitete Analyse zeigt, wie Gewerbeflächen in den Erdgeschossen aktuell genutzt werden und wie sich diese verändert haben. Zudem unterstützt die Vollerhebung KölnBusiness beim Ansiedlungsmanagement. Für die Datenerhebung hatte die Wirtschaftsförderung bereits zum zweiten Mal die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung aus Köln beauftragt.

Die Kölner Innenstadt umfasst im 4. Quartal 2021 mehr als 1.000 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rund 339.000 Quadratmeter. Geprägt ist diese durch einen vielfältigen Mix aus Branchen- und Betriebstypen.

Im 4. Quartal 2021 verzeichneten die Hauptgeschäftsstraßen der Kölner City eine Leerstandsquote von 5 Prozent, inklusive der Ringe beträgt die Quote 8 Prozent. Die Zahlen sind im Vergleich zu 2020 konstant. Ein Leerstand um die 5 Prozent bildet die normale Fluktuation ab, außerdem bietet sich so die Möglichkeit, auch größere Geschäfte neu anzusiedeln. Der wahrgenommene Leerstand erklärt sich unter anderem dadurch, dass Geschäfte mitunter später öffnen als geplant, da das Handwerk weiterhin sehr nachgefragt ist oder Materialien nicht geliefert werden können.

Zwischen 2017 und 2020 siedelten sich kontinuierlich neue Einzelhändler in Köln an, auch die Verkaufsflächen vergrößerten sich konstant. Dagegen sank im Jahr 2021 die Anzahl der Einzelhändler leicht um 6 Prozent. Die Verkaufsflächen reduzierten sich um 3 Prozent. Vor allem kleinere Ladenlokale in den Randlagen der City schlossen im Jahr 2021.

Die Ursachen sind vielfältig und auch in anderen Metropolen zu beobachten: Durch Pandemie und Kontaktbeschränkungen gingen weniger Menschen in die Innenstädte. Gemessen an der Passant\*innenfrequenz platzieren sich die beiden großen Kölner Einkaufsstraßen allerdings weiterhin in den Top 10 der deutschen Innenstädte. Die Schildergasse liegt auf Platz 2, die Hohe Straße auf 8. Laut einer aktuellen Studie von BNP Paribas Real Estate liegt die Schildergasse europaweit sogar auf Platz 1, mit 77.200 Passant\*innen pro Tag – vor Einkaufsstraßen in London, München, Frankfurt und Madrid. Die Hohe Straße kommt mit 48.000 Passant\*innen auf Platz 8 – zwischen Mailand und Barcelona.

Ein anderer Grund ist der fortwährende Wandel des Einzelhandels. Bedingt ist dieser unter anderem durch verändertes Kaufverhalten sowie die Zunahme des Onlinehandels. Neue, erlebnisorientierte Verkaufskonzepte beleben die Einkaufsstraßen und stärken Köln als attraktive Shoppingmetropole. KölnBusiness unterstützt Geschäfte mit modernen Konzepten, die hier eröffnen möchten. Ein Beispiel dafür ist der \_blaenk Store auf der Schildergasse, der mit einem innovativen Konzept Online- und Offline-Shopping verbindet.

Die Auswertung von KölnBusiness zeigt ebenfalls, dass die Nachfrage nach Ladenflächen weiterhin

höher ist als das Angebot. Daher findet sich häufig bereits vor der Schließung eines Geschäftes ein Nachmieter, entweder durch einen Betreiberwechsel oder durch eine Komplementärnutzung wie durch Dienstleistungen. Lediglich bei Geschäften in Randlagen und mit geringer Verkaufsflächen dauert die Nachvermietung etwas länger.

Insgesamt entwickelte sich die Kölner Innenstadt in den vergangenen Jahren sehr stabil. Die Pandemie beeinträchtigt jedoch viele Geschäfte und Branchen nach wie vor sehr. Dennoch kann für die gesamte Kölner City optimistisch in die Zukunft geblickt werden. Denn Ladenflächen in Köln sind weiterhin gefragt.

gez. Greitemann