



# Handelsmonitor Osnabrück

Vorstellung am 8. Juli 2021



Lockdownphasen belasteten den innerstädtischen Einzelhandel

Sortimente wie Oberbekleidung und Schuhe/Lederwaren erleiden Umsatzverluste

Online-Handel und Sortimente wie Fahrräder und Baumarktbedarf erzielen Umsatzgewinne

Grundzentren profitieren von der Krise

Osnabrück behauptet sich trotzdem als wichtigster Einkaufsort für die Region

# Handelsmonitor 2021

**Kennzahlen-  
analyse**

**Quartierscheck**

**Passanten-  
monitor**

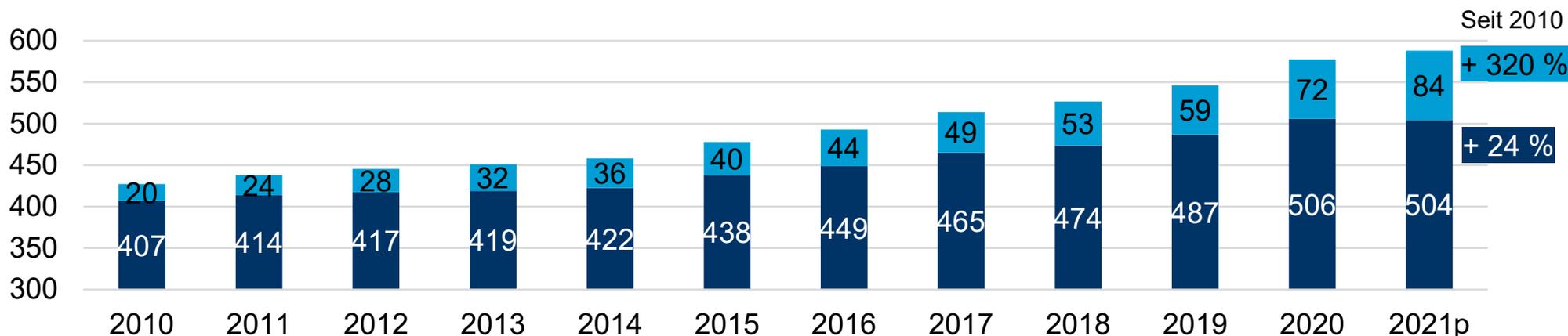
**Leerstands-  
monitor**

**Handlungsfelder 2021+**



# Kennzahlenanalyse Deutschland

## Umsatz Stationärer Einzelhandel und Onlinehandel



in Mrd. Euro

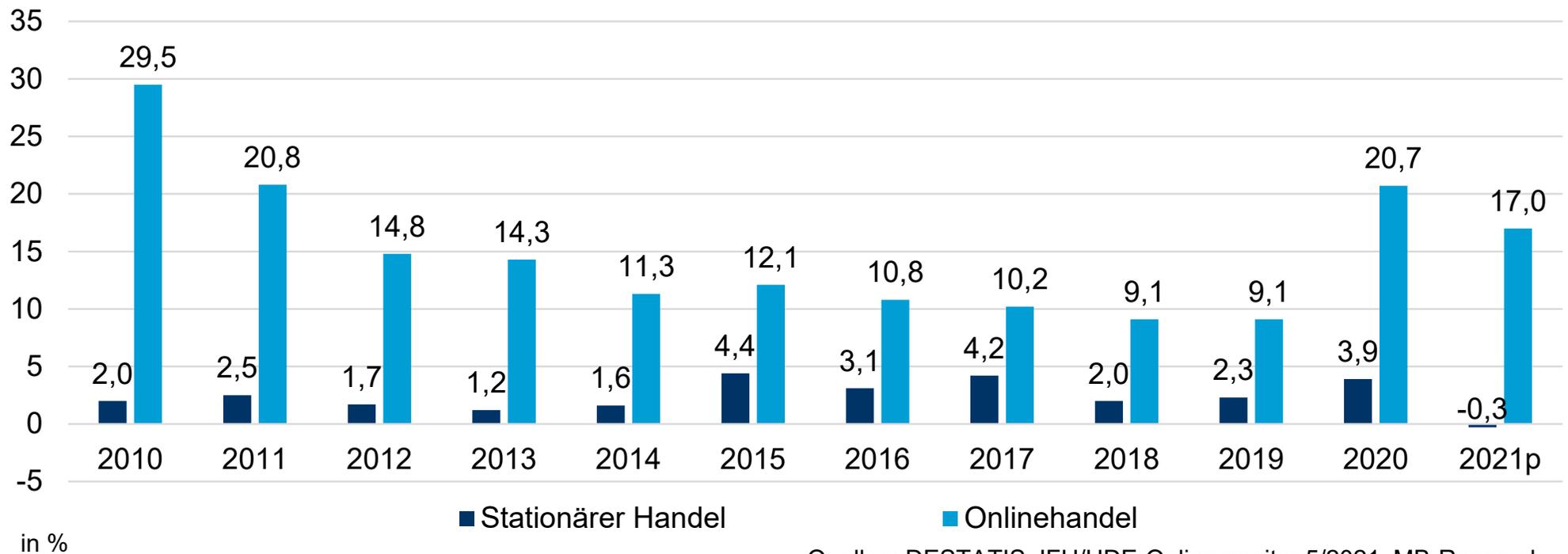
■ Stationärer Einzelhandel ■ Onlinehandel

Nominal, ohne USt.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021p
Stationärer Handel	2,0 %	2,5 %	1,7 %	1,2 %	1,6 %	4,4 %	3,1 %	4,2 %	2,0 %	2,3 %	3,9 %	-0,3 %
Onlinehandel	29,5 %	20,8 %	14,8 %	14,3 %	11,3 %	12,1 %	10,8 %	10,2 %	10,1 %	9,1 %	20,7 %	17,0 %
Inflationsrate	1,1 %	2,1 %	2,0 %	1,4 %	1,0 %	0,5 %	0,5 %	1,5 %	1,8 %	1,4 %	0,5 %	2,4 %

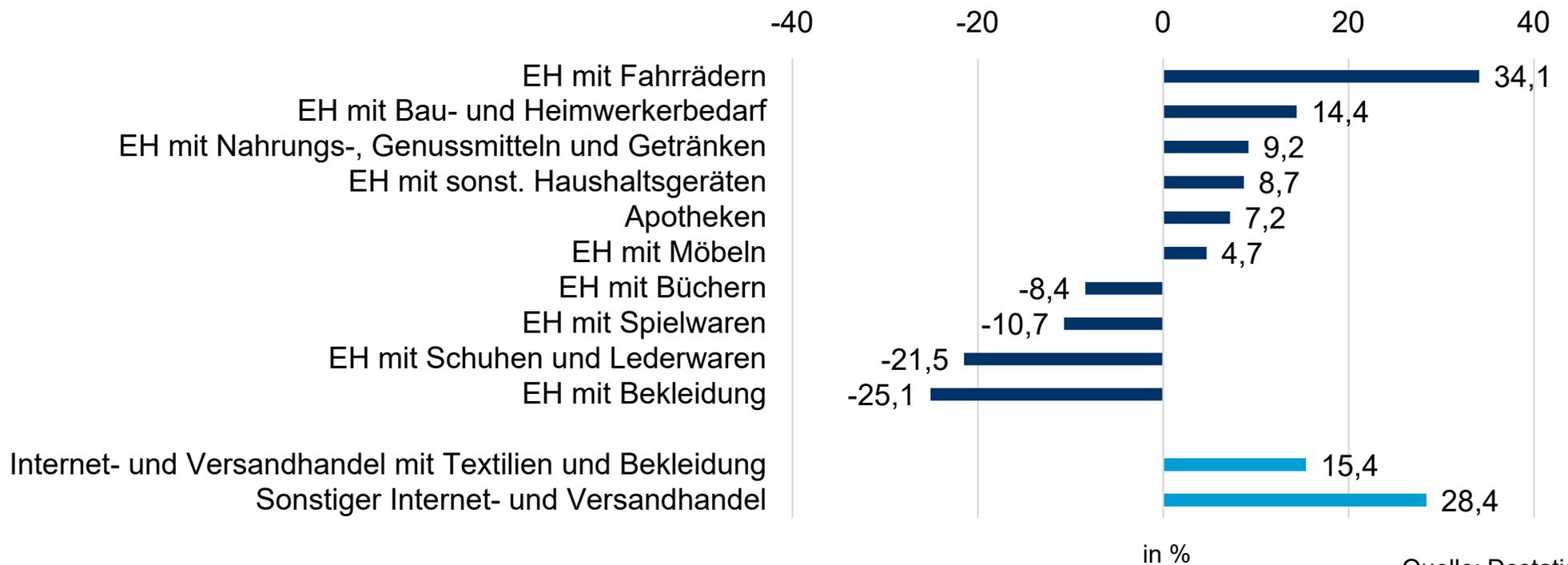
Quellen: DESTATIS, IFH/HDE-Onlinemonitor 5/2021, MB-Research, Statista

## Umsatzveränderung zum Vorjahr in Deutschland

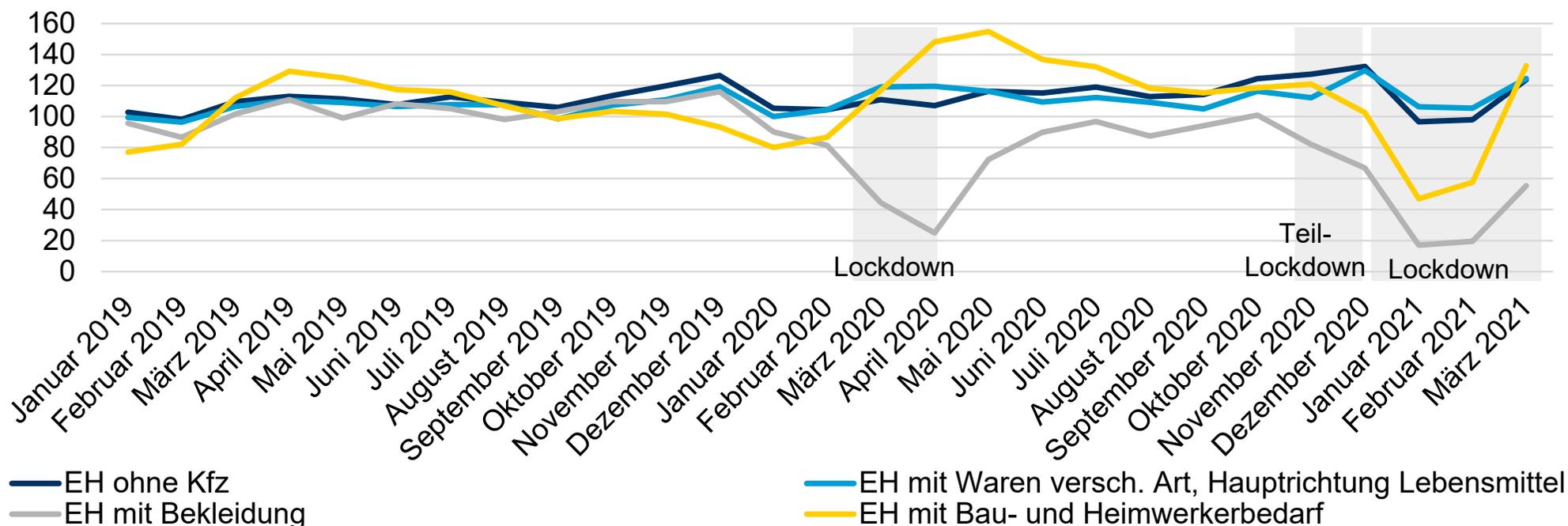


Quellen: DESTATIS, IFH/HDE-Onlinemonitor 5/2021, MB-Research

## Umsatzveränderung 2020 gegenüber 2019 in Deutschland



## Monatliche Umsatzentwicklung im Stationären Einzelhandel



2015 = 100, in konstanten Preisen

Quelle: Destatis

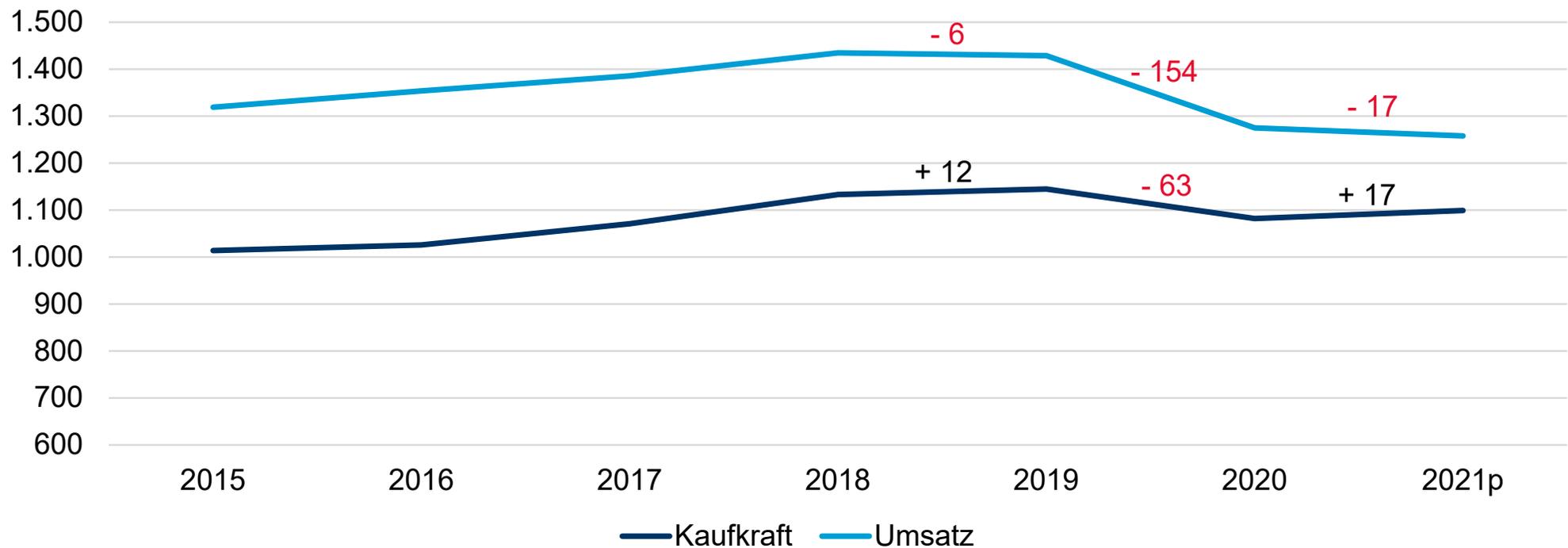


# Kennzahlenanalyse Stadt Osnabrück

# Umsätze brechen durch die Pandemie erheblich ein



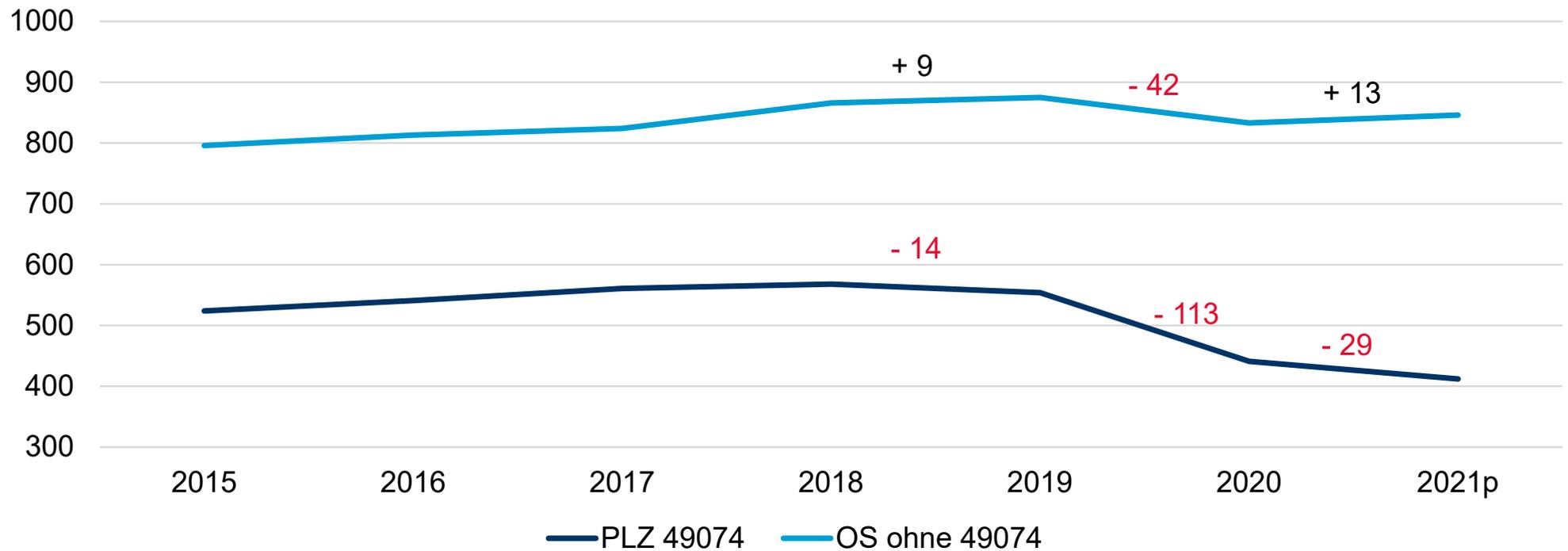
## Entwicklung von Kaufkraft und Umsatz



in Mio. Euro

Quelle: MB-Research 2015 - 2021

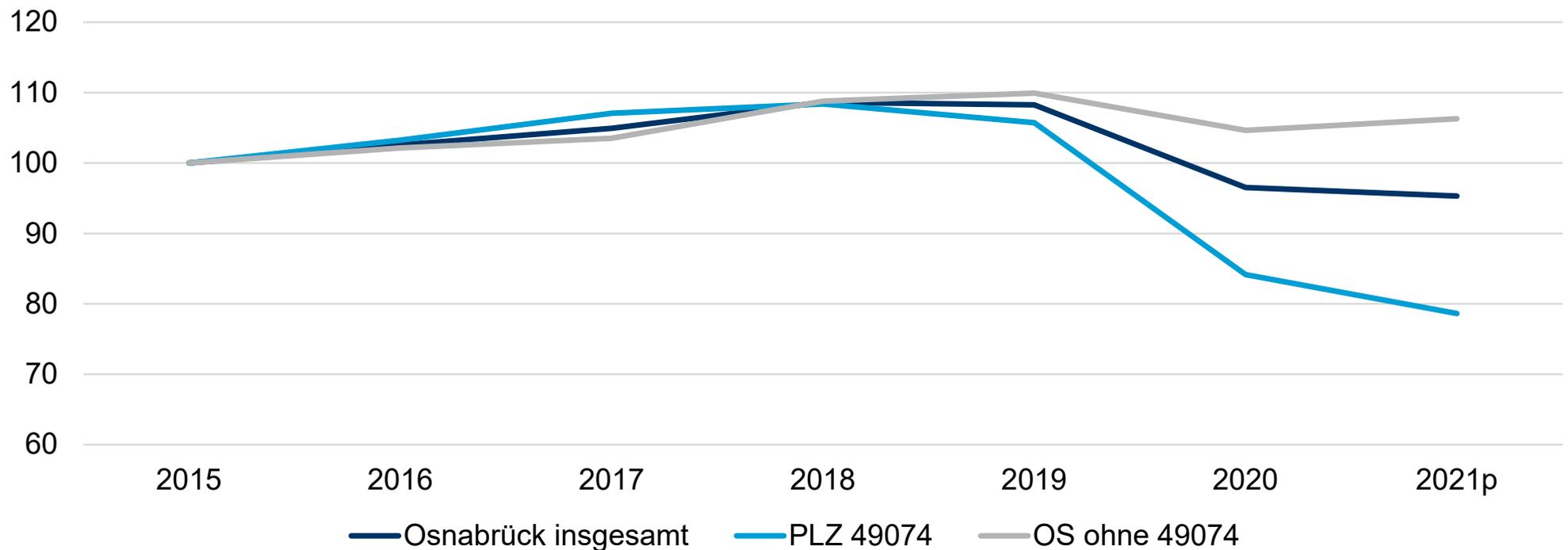
## Umsatzentwicklung stationärer Einzelhandel in Osnabrück



in Mio. Euro

Quelle: MB-Research; eigene Berechnungen

## Indizierte Umsatzveränderung Innenstadt/Rest von Osnabrück

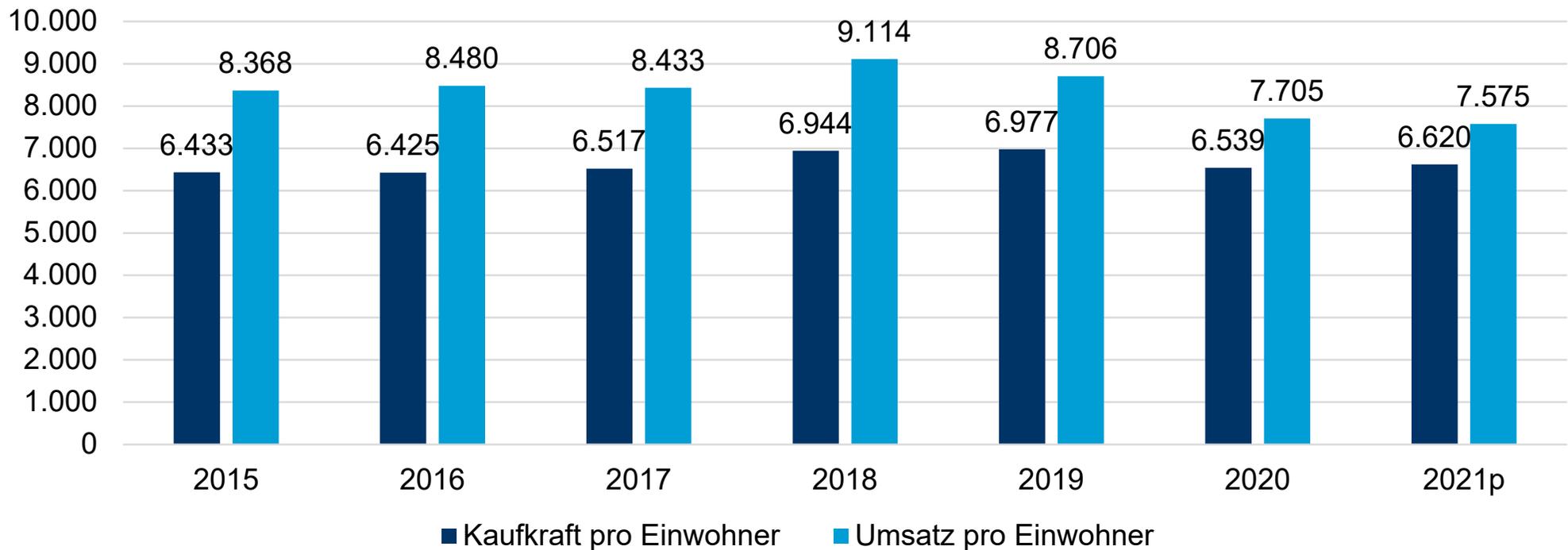


2015 = 100

Quelle: MB-Research; eigene Berechnungen

## Kaufkraft und Umsatz gehen pandemiebedingt zurück

### Kaufkraft und Umsatz pro Einwohner in Osnabrück



Quelle: MB-Research

## Rückgang bei Kaufkraft und Umsatz auf allen Ebenen



### Pro-Kopf-Veränderungen zwischen 2019 und 2021



Deutschland

Niedersachsen

IHK-Bezirk

Osnabrück

Quellen: MB-Research, Eigene Berechnungen, gerundet;  
hellblau: > - 1.000; dunkelblau: < - 1.000

# Starke Umsatzrückgänge in den Oberzentren



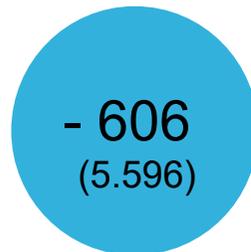
## Pro-Kopf-Veränderungen zwischen 2019 und 2021



Kaufkraft



Umsatz



Deutschland

Münster

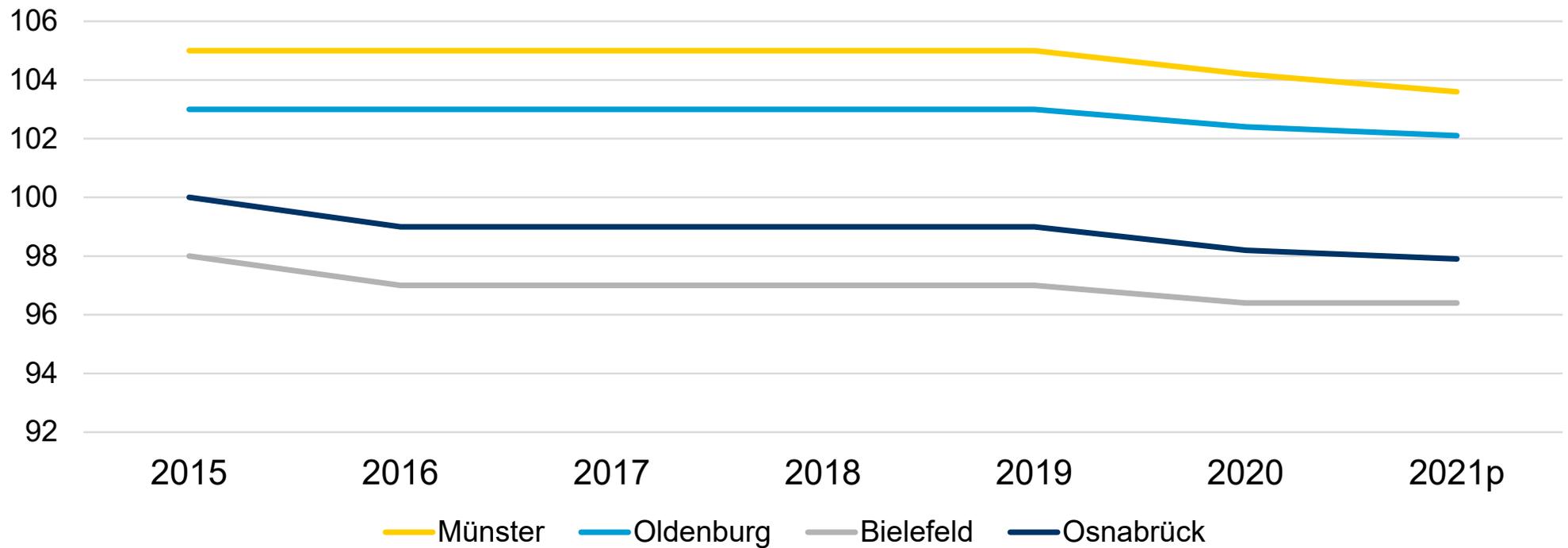
Bielefeld

Oldenburg

Osnabrück

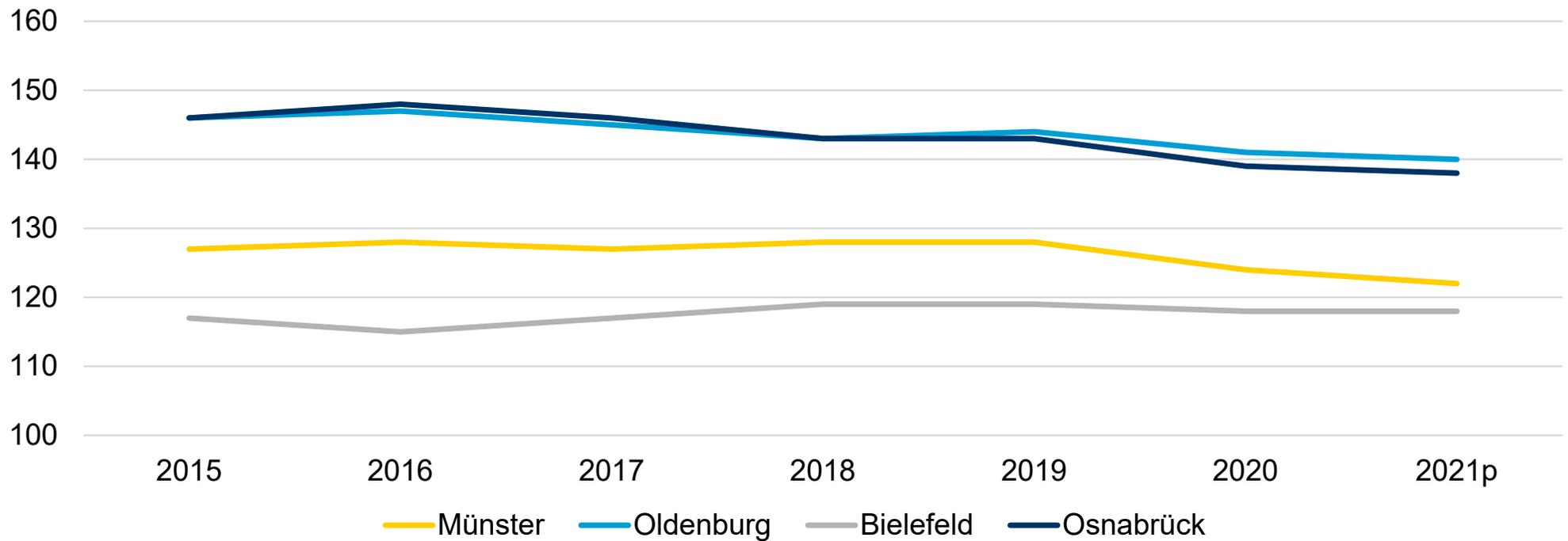
Quellen: MB-Research, Eigene Berechnungen, gerundet;  
hellblau: > - 1.000; dunkelblau: < - 1.000

## Oberzentren im Vergleich



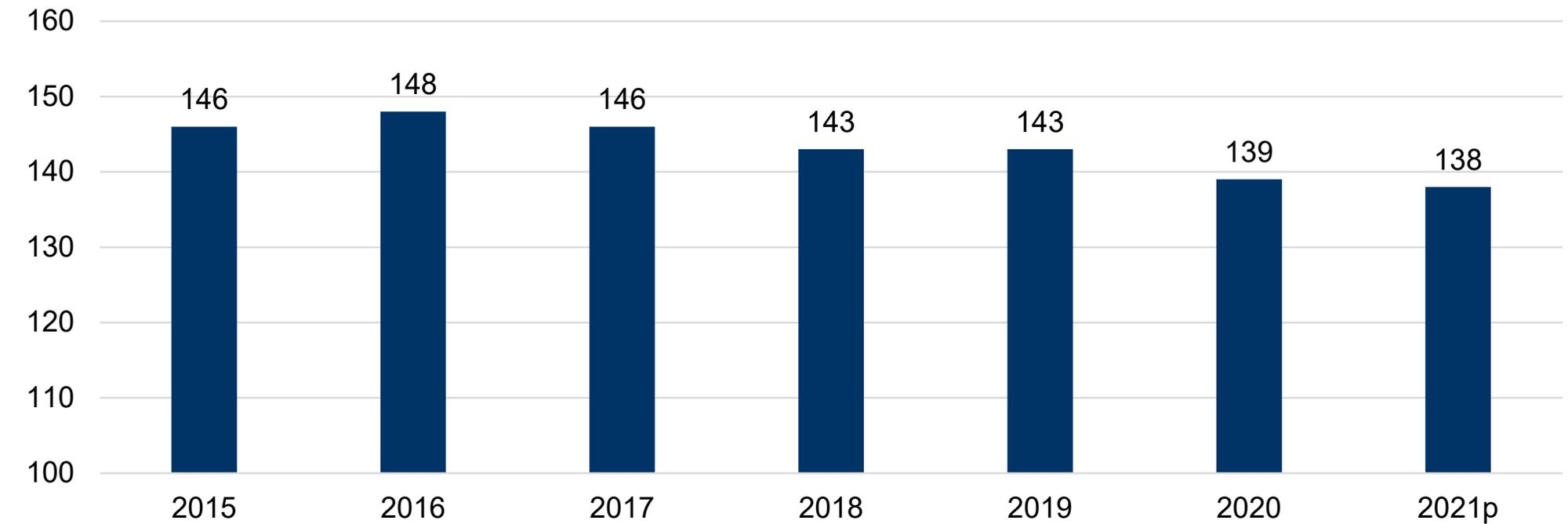
Quelle: MB-Research

## Oberzentren im Vergleich



Quelle: MB-Research

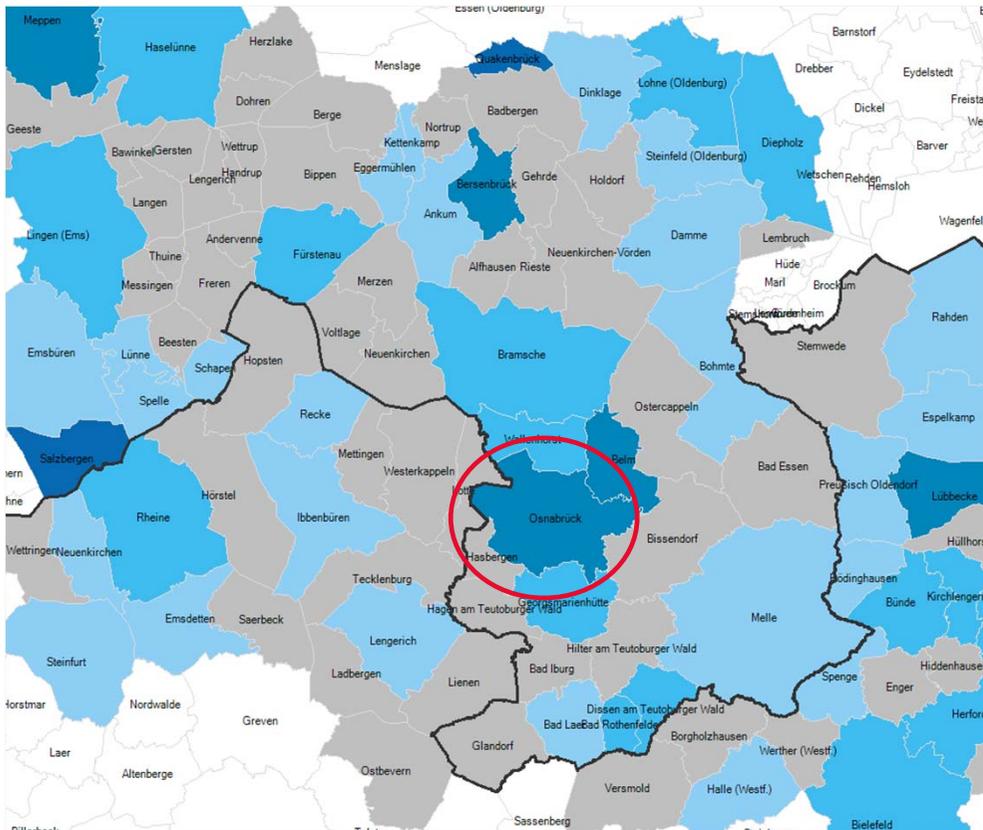
## Entwicklung der Handelszentralität von Osnabrück



D = 100

Quelle: MB-Research

# Prognose 2021: Osnabrück behauptet Zentralität



## Handelszentralitäten

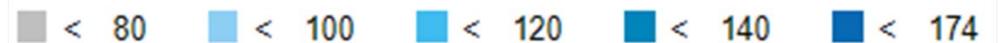
Oberzentrum Osnabrück bleibt mit Handelszentralität von 138 regionaler Einkaufsschwerpunkt

Mittelzentren binden Kaufkraft und haben häufig Handelszentralitäten über 100

Grundzentren decken vor allem den täglichen Bedarf, erreichen häufig nur Handelszentralitäten kleiner 80

Quelle: MB-Research

### Zentralitätskennziffer 2021





## Kernergebnisse: Stationärer Einzelhandel



### 2020 war schwierig

- Leichter Umsatzzuwachs im stationären Einzelhandel trotz Lockdown
- Erhebliche Unterschiede für die einzelnen Sortimente
- Einzelhandel mit Bekleidung besonders betroffen

### 2021 wird schwieriger (Prognose)

- Geringes Minus beim Umsatz im stationären Einzelhandel
- Lockdown bis April 2021 kann im Jahresverlauf nicht kompensiert werden
- Innenstadt verliert im regionalen Standortwettbewerb gegenüber Umland
- Entwicklung bei Kaufkraft und Umsatz in benachbarten Oberzentren ähnlich

# Ergebnisse Quartierscheck

Innenstadtquartiere

## Erdgeschossnutzungen



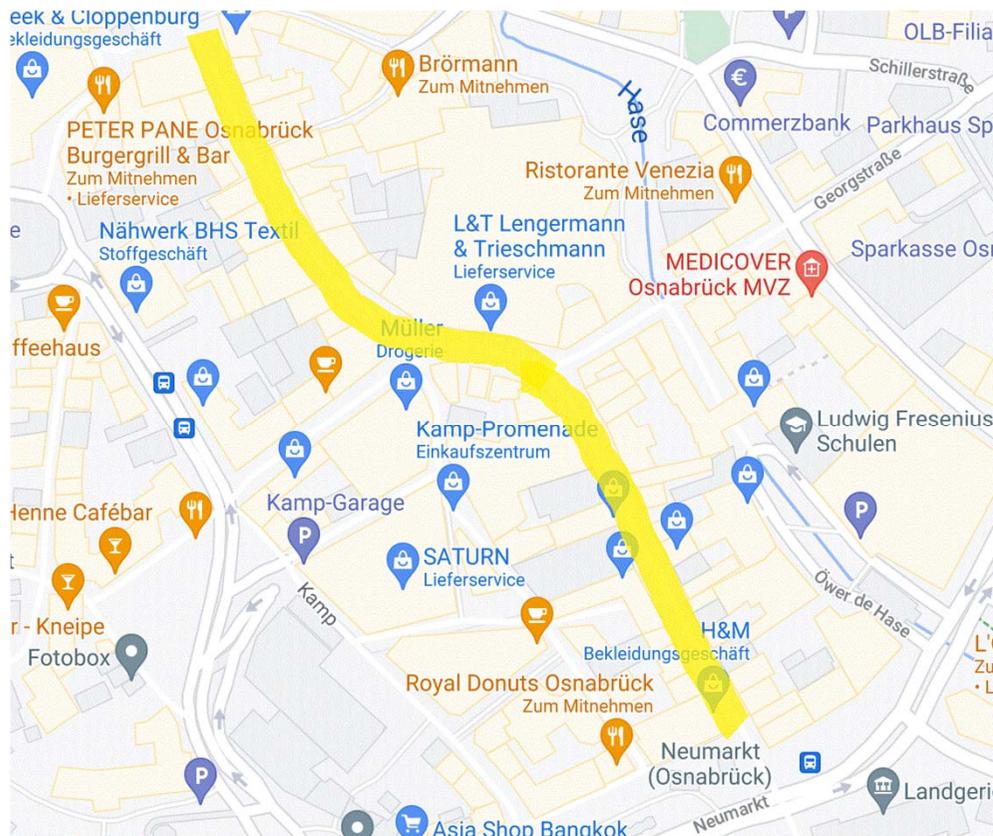
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügungsstätte

- Vollerhebung der Erdgeschossnutzungen ermöglicht zukünftige Entwicklungen besser abzubilden
- NEU: Quartier Neumarkt: dadurch Veränderungen bei den Quartieren Kamp-Promenade und Haseviertel
- Neben Leerstand auch separate Erfassung der Vergnügungsstätten als Indikatoren für Attraktivitätsverlust des Handelsbesatzes

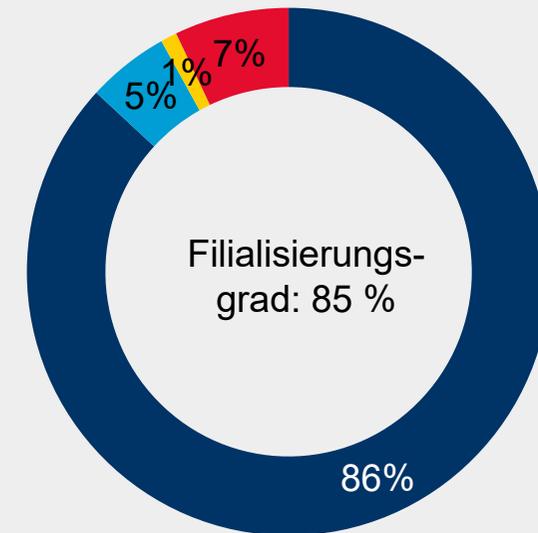
## Übersicht Innenstadtquartiere

Quartier	Handel	Gastronomie	Filialisten	Soziale DL	Sonstige DL	Wohnen	Vergnüg.-stätte	Leerstand
Große Straße	<b>86%</b>	<b>5%</b>	85%	0%	1%	0%	<b>0%</b>	7%
Neumarkt	10%	24%	43%	0%	39%	0%	<b>0%</b>	<b>27%</b>
Krahnstraßenviertel	61%	12%	30%	0%	19%	0%	<b>0%</b>	6%
Johannisstraße	42%	16%	15%	4%	24%	0%	3%	12%
Redlinger Straße	37%	<b>39%</b>	14%	0%	11%	8%	<b>0%</b>	5%
Kamp Promenade	59%	21%	56%	0%	16%	0%	<b>0%</b>	5%
Herrenteichstraße	59%	24%	57%	0%	18%	0%	<b>0%</b>	<b>0%</b>
Haseviertel	30%	11%	21%	0%	34%	0%	<b>0%</b>	25%
Altstadt	27%	17%	0%	3%	25%	23%	<b>0%</b>	6%
Hasestraße	38%	25%	5%	0%	33%	0%	2%	3%
Nikolaiort/Domhof	32%	<b>38%</b>	63%	9%	21%	0%	<b>0%</b>	<b>0%</b>
Möserstraße	33%	12%	26%	2%	33%	0%	<b>14%</b>	5%
Vitihof	<b>11%</b>	9%	0%	6%	23%	<b>48%</b>	1%	1%

# „Große Straße“ mit höchstem Handelsbesatz



## Erdgeschossnutzungen



- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

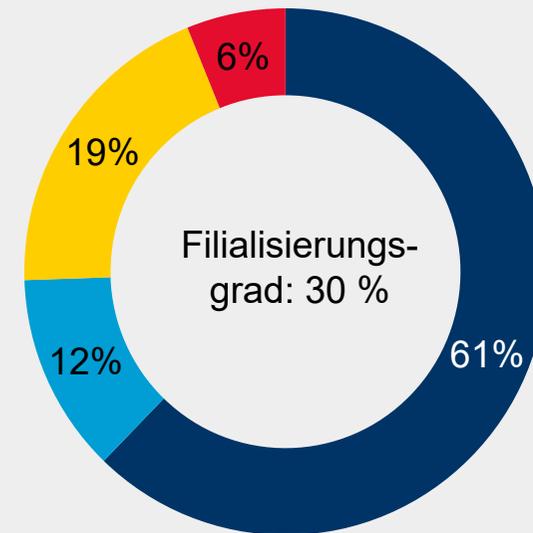
n = 73



# Krahnstraßenviertel mit hohem Handelsanteil



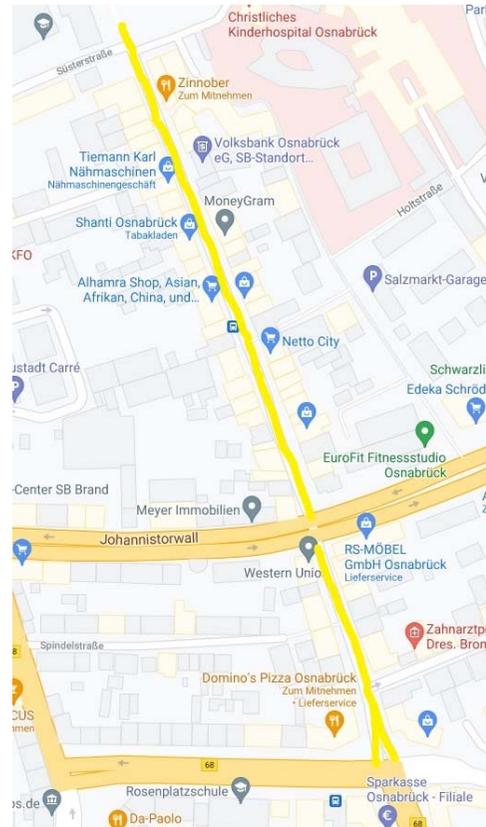
## Erdgeschossnutzungen



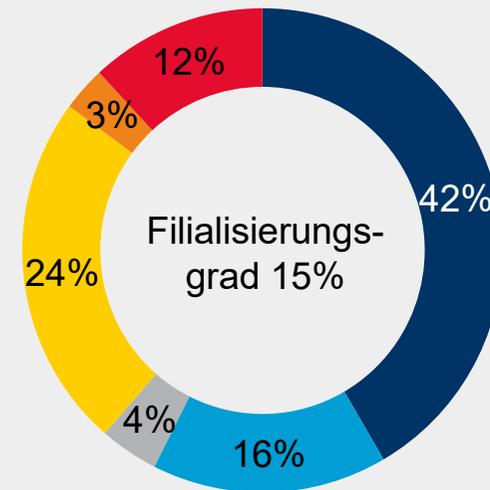
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Soziale DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte

n = 114

# Johannisstraße mit hohem Handels- und Dienstleistungsbesatz



## Erdgeschossnutzungen

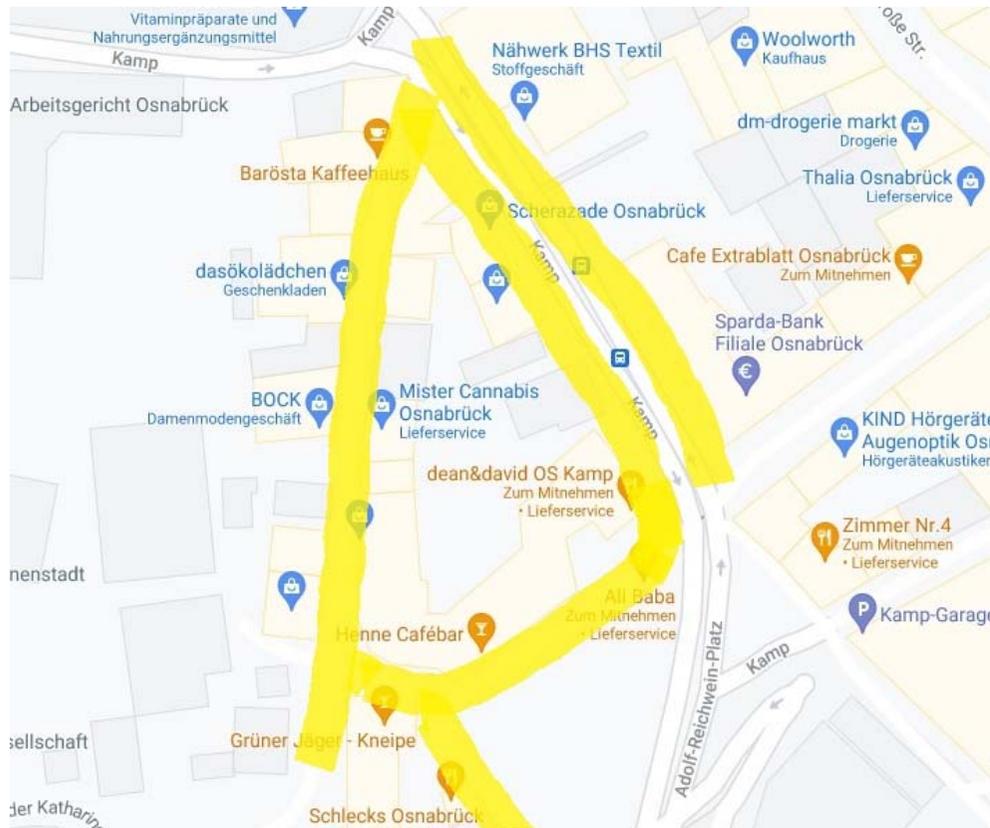


Filialisierungsgrad 15%

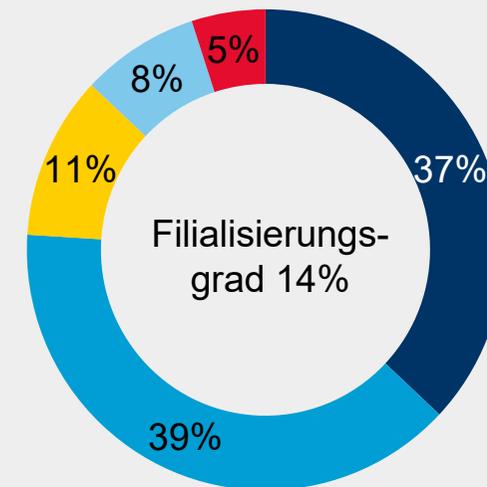
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügungsstätte

n = 139

# Redlinger Straße: Quartier mit hohem Gastronomieanteil



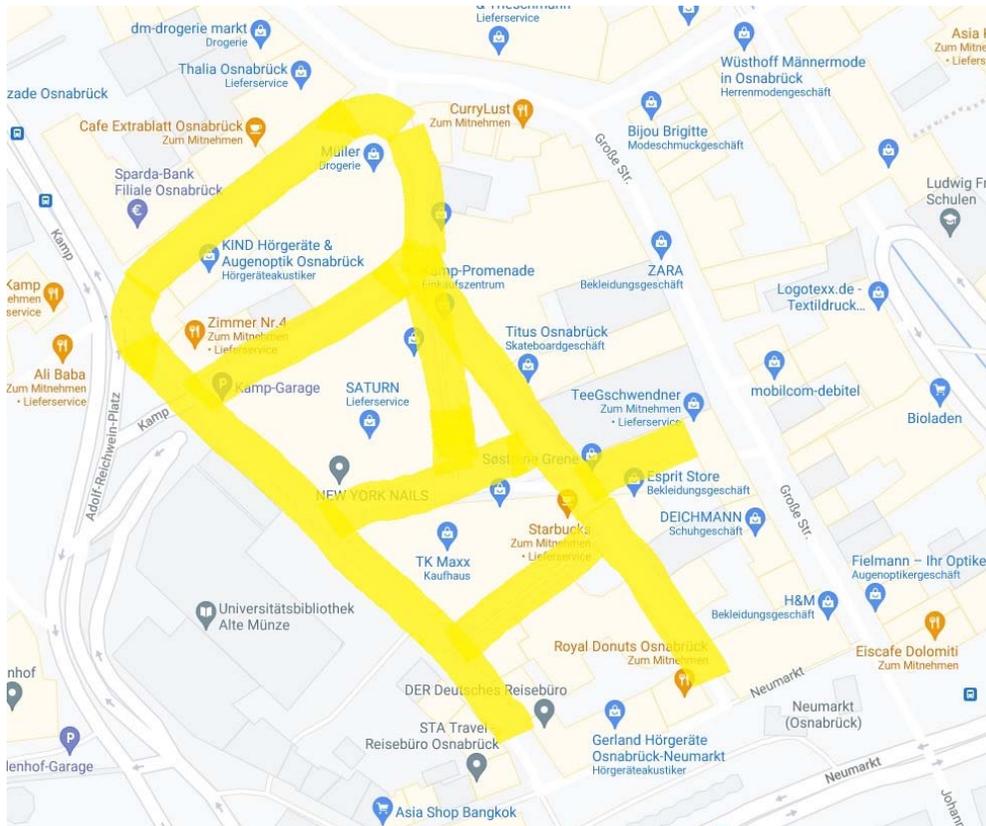
## Erdgeschossnutzungen



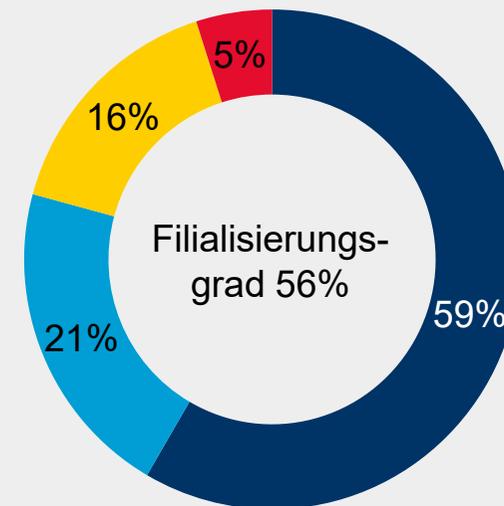
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 38

# Kamp-Promenade: abwechslungsreiche Nutzungen



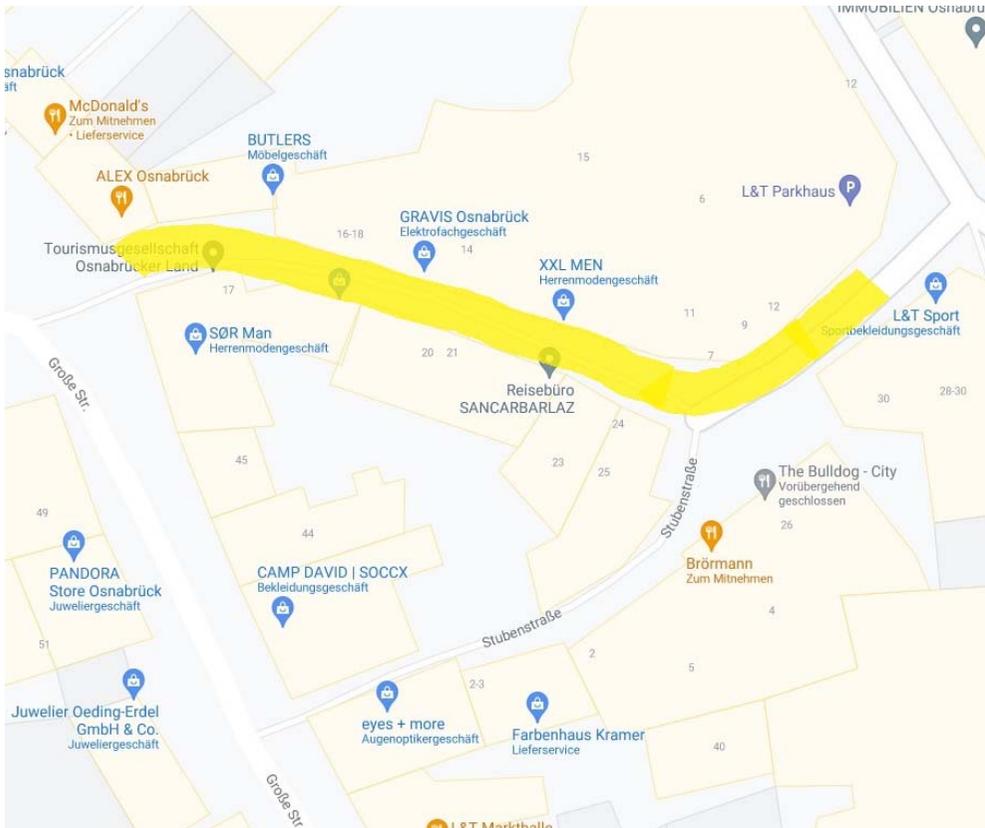
## Erdgeschossnutzungen



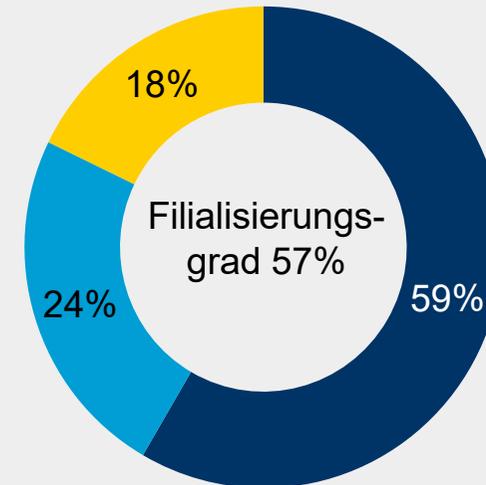
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 56

# Herrenteichstraße: kurz, zentral, vielfältig



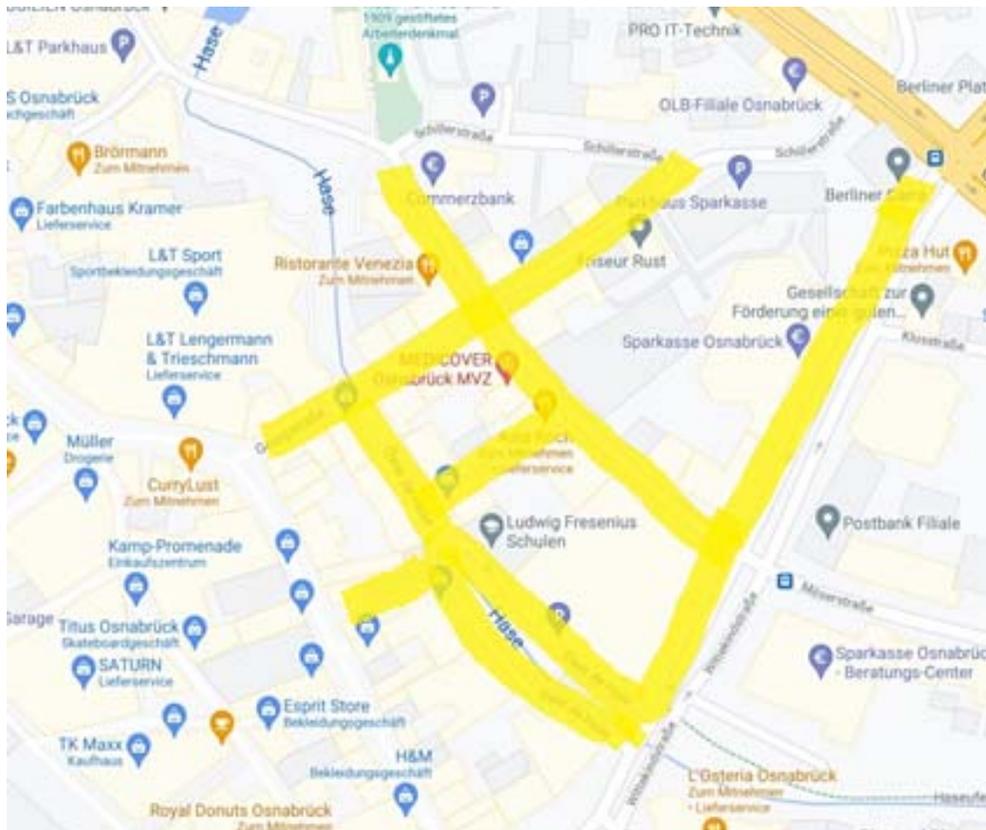
## Erdgeschossnutzungen



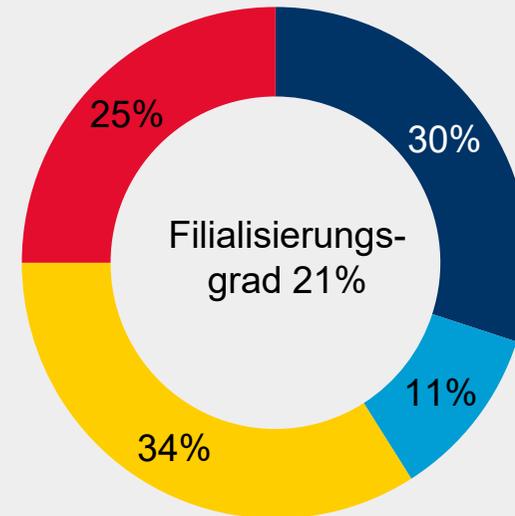
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 17

# Hase-Viertel: Leerstand Deutsch-Passage und Möserstraße



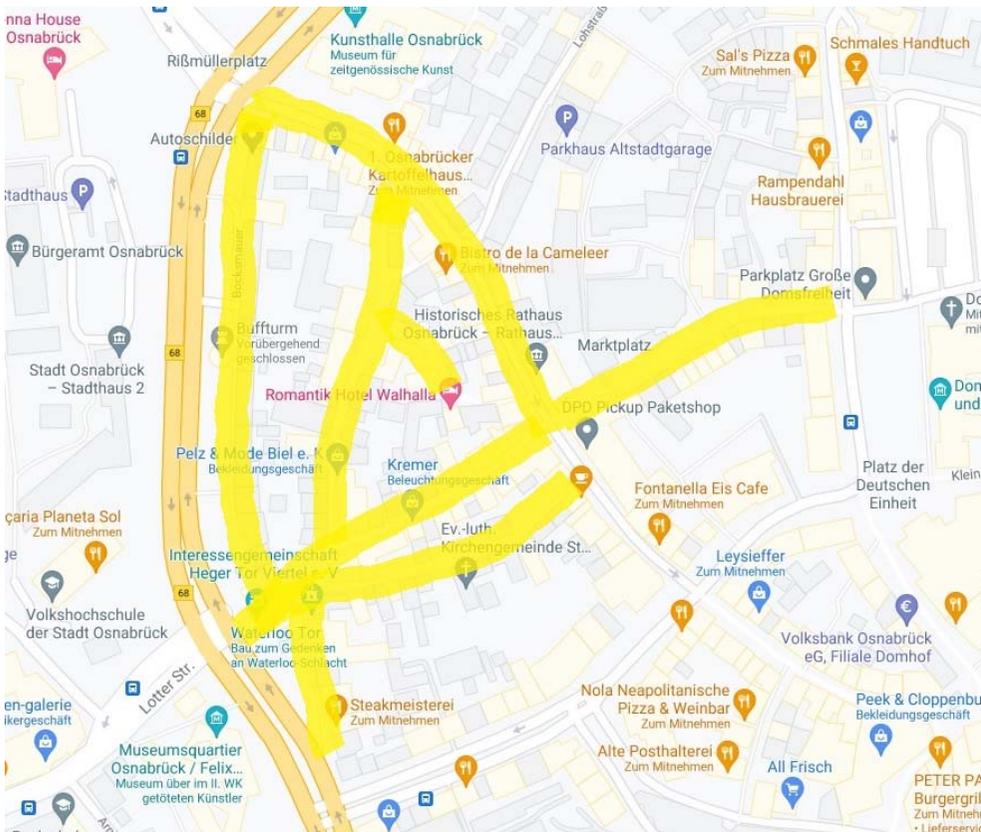
## Erdgeschossnutzungen



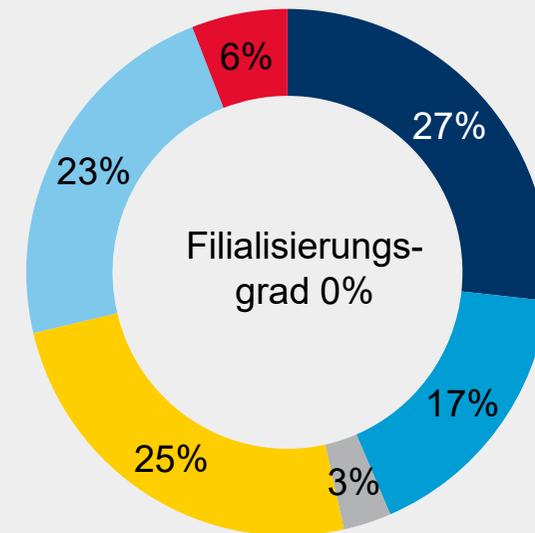
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügungsstätte

n = 71

# Altstadt: „Starke“ funktionale Mischung mit Charakter



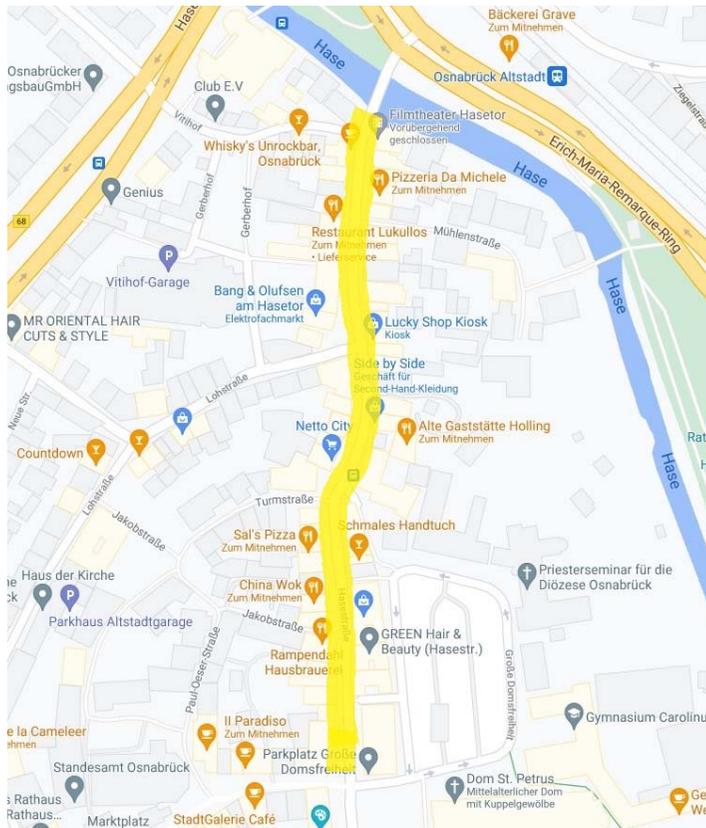
## Erdgeschossnutzungen



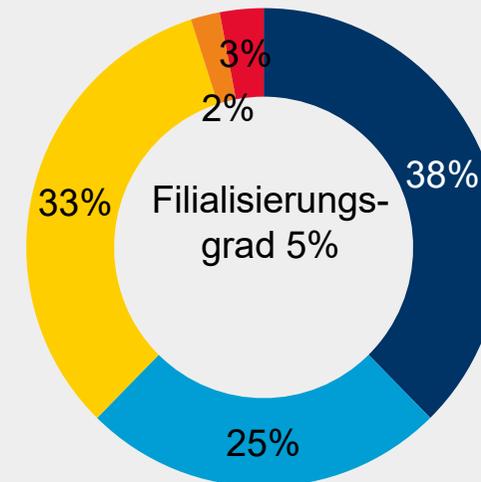
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügungsstätte

n = 151

# Hasestraße: Bunte Mischung von Handel und Gastronomie

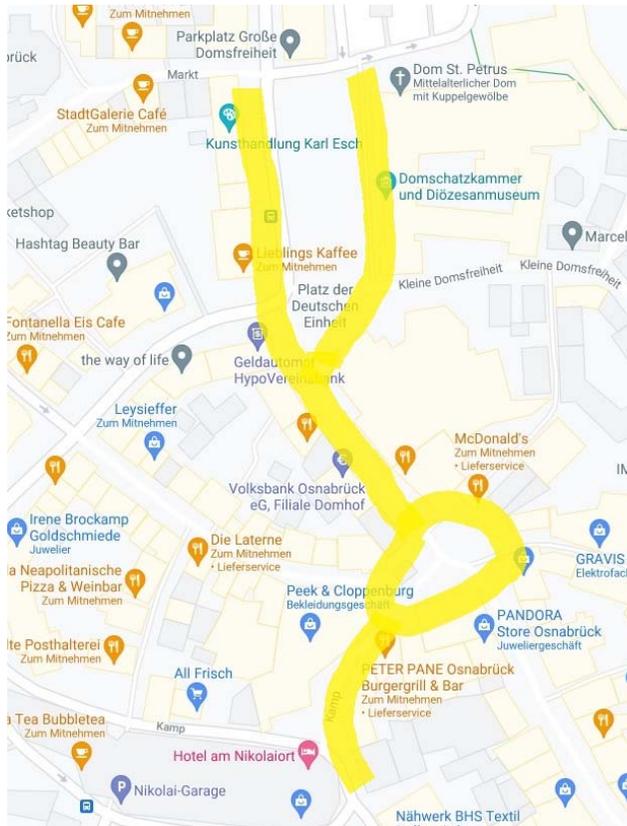


## Erdgeschossnutzungen

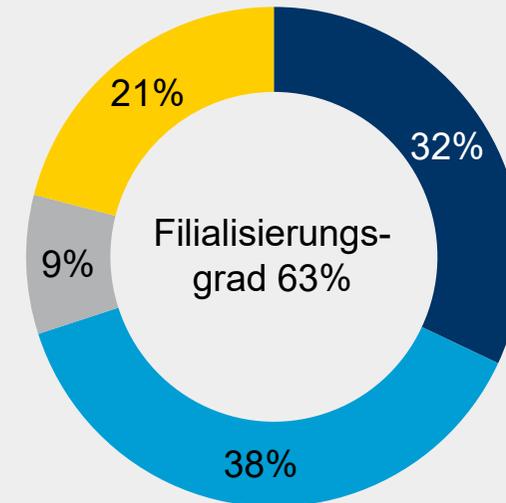


- Handel
  - Gastronomie
  - Soziale DL
  - Sonstige DL
  - Wohnen
  - Vergnügungsstätte
- n = 64

# Nikolaiort/Domhof: Schlemmermeile in der Innenstadt



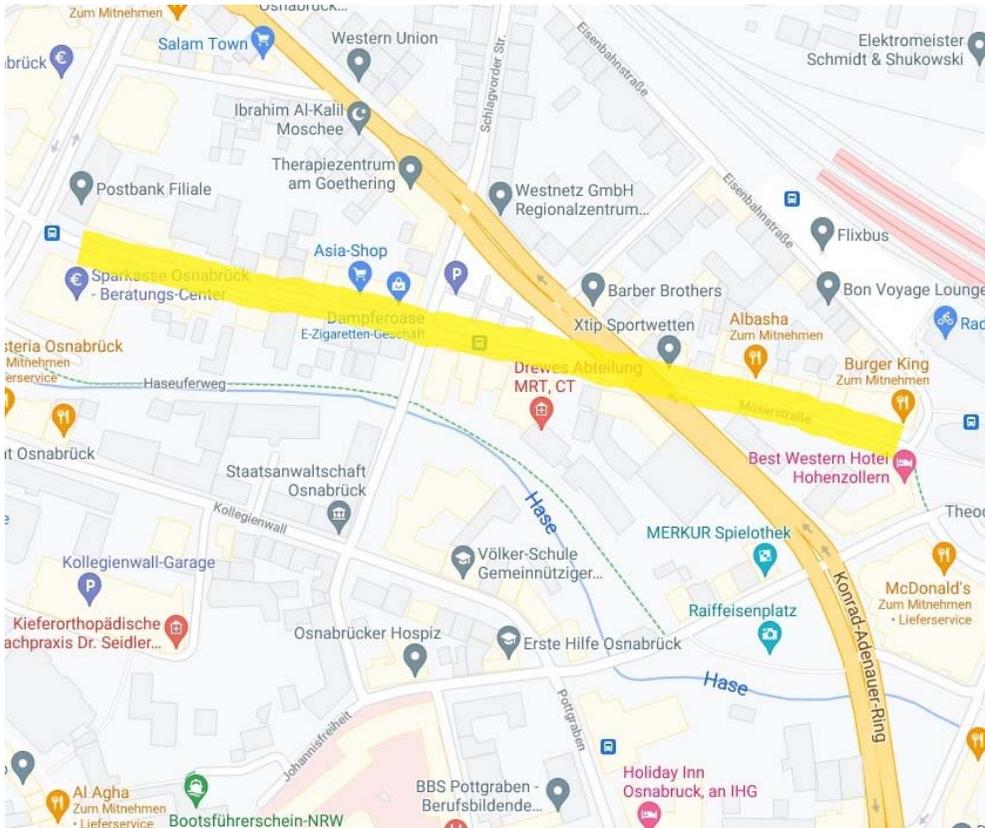
## Erdgeschossnutzungen



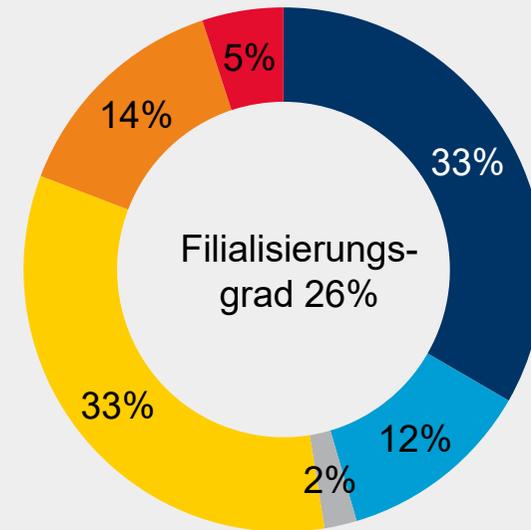
- Handel
- Sonstige DL
- Gastronomie
- Soziale DL
- Leerstand
- Wohnen
- Vergnügungsstätte

n = 34

# Möserstraße: Potenzial für Entwicklungen



## Erdgeschossnutzungen

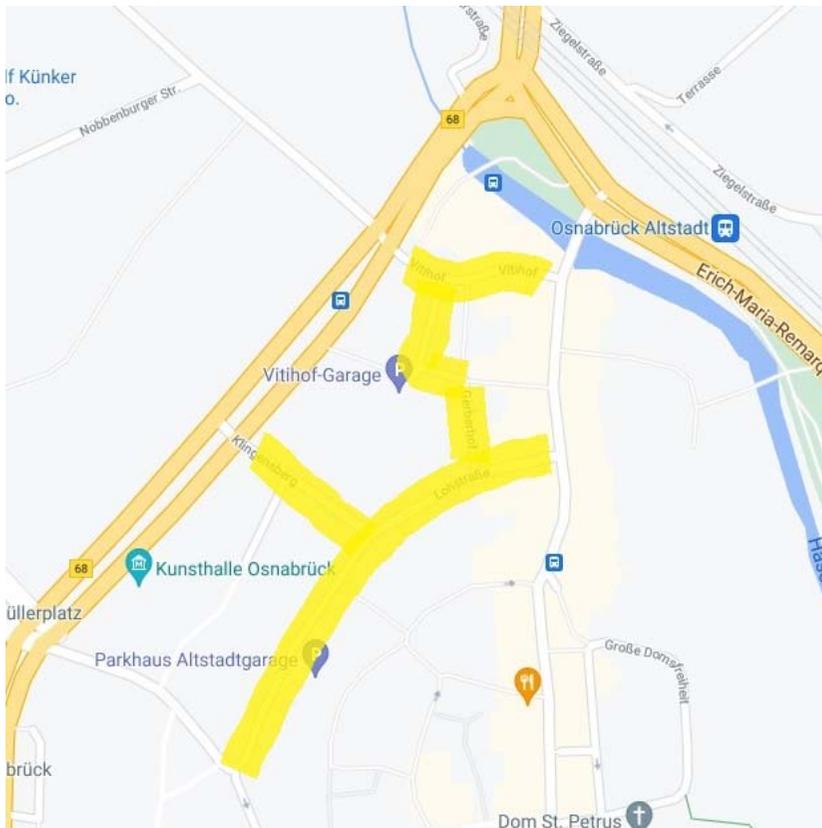


Filialisierungsgrad 26%

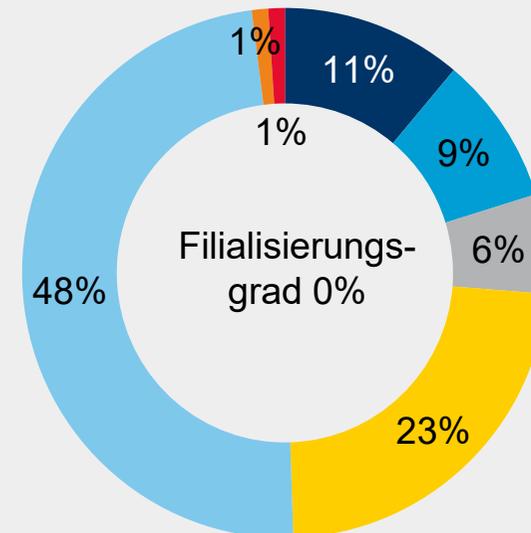
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügungsstätte

n = 42

# Vitihof: Wohnen mit kurzen Wegen



## Erdgeschossnutzungen



- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügensstätte

n = 65

## Multifunktionalität und Individualität sind wichtige Erfolgsfaktoren

Bislang A-Lagen überwiegend von Filialisten belegt

Corona-Pandemie große Herausforderung bei der Innenstadtentwicklung

Filialisten zum Teil mit erheblichen wirtschaftlichen Engpässen, dünnen ihr Filialnetz aus und investieren vermehrt in Online-Vertrieb

Kommunales Leerstandsmanagement: Über zeitlich befristete Zwischennutzungen für ein buntes, vielfältiges Stadtbild sorgen

Neumarkt: Ende des städtebaulichen Missstands zeichnet sich ab

Johannishöfe: Perspektivisch Strahlkraft auf umliegende Quartiere

Individuellen Charakter der Quartiere stärken

Immobilien Eigentümer stärker einbinden

# Ergebnisse Quartierscheck

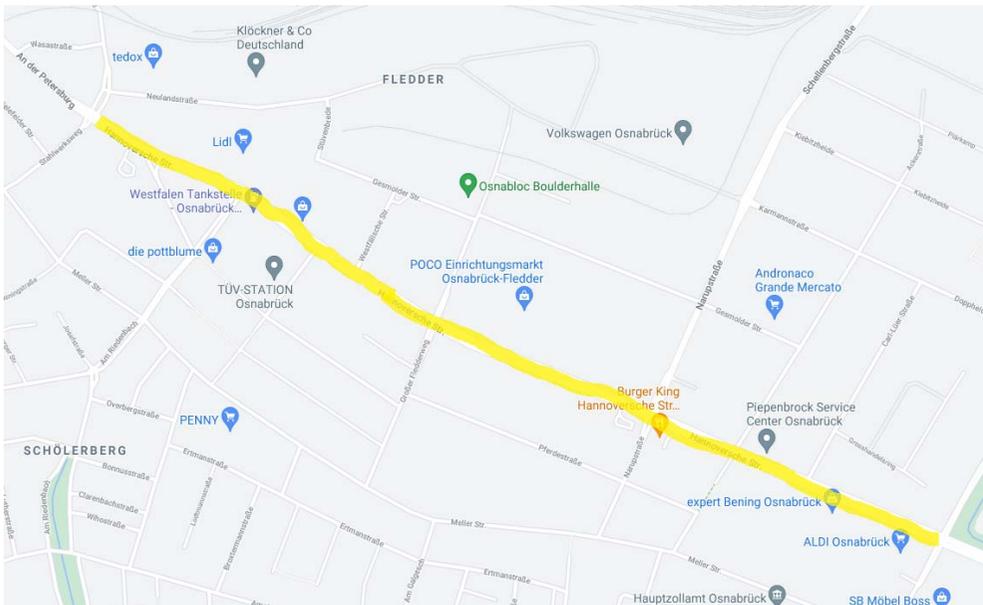
Einfallstraßen

# Übersicht Einfallstraßen

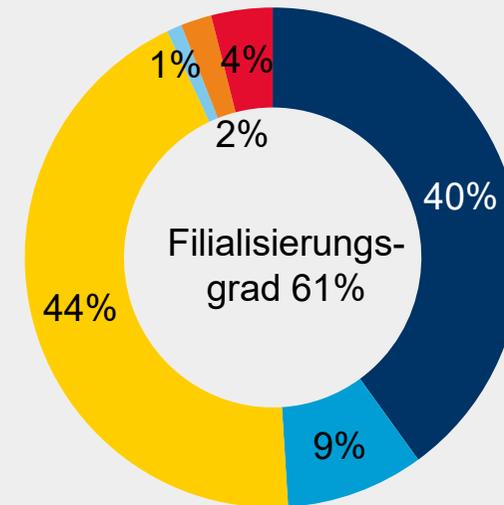


Quartier	Handel	Gastro- nomie	Filialisten	Soziale DL	Sonstige DL	Wohnen	Vergnüg.- stätte	Leer- stand
Hannoversche Straße	<b>40%</b>	9%	61%	0%	44%	1%	2%	4%
Iburger Straße	12%	4%	12%	3%	22%	51%	1%	<b>7%</b>
Lotter Straße	22%	<b>11%</b>	12%	3%	38%	22%	2%	<b>2%</b>
Martinistraße	<b>8%</b>	7%	13%	1%	22%	59%	<b>0%</b>	4%
Pagenstecherstraße	23%	<b>11%</b>	75%	1%	44%	7%	<b>6%</b>	<b>7%</b>

# Hannoversche Straße: Großhandel und großfl. Einzelhandel



## Erdgeschossnutzungen

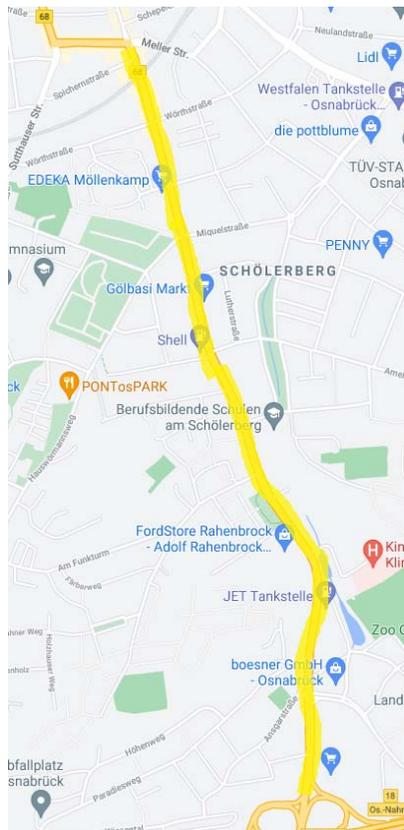


Filialisierungsgrad 61%

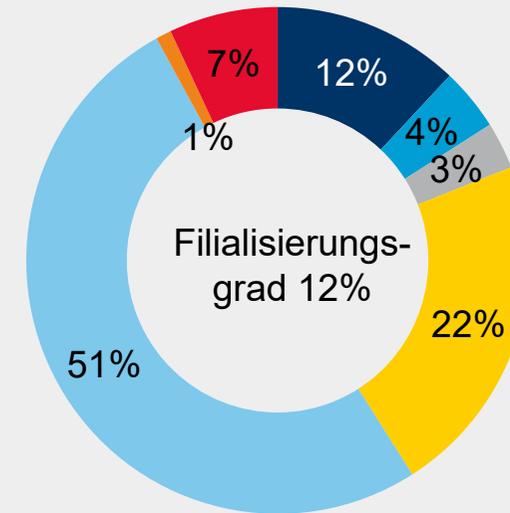
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 91

# Iburger Straße mit hohem Wohnanteil



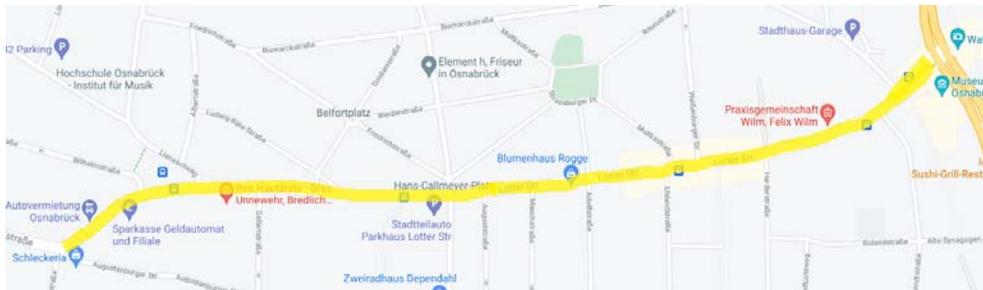
## Erdgeschossnutzungen



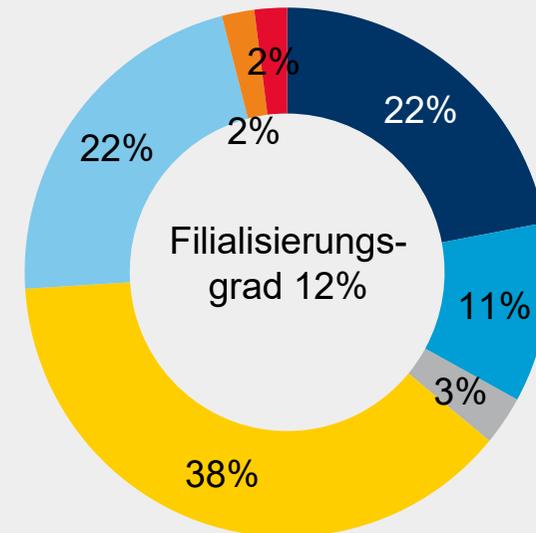
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 217

# Lotter Straße: Die Mischung macht's, viele Arztpraxen



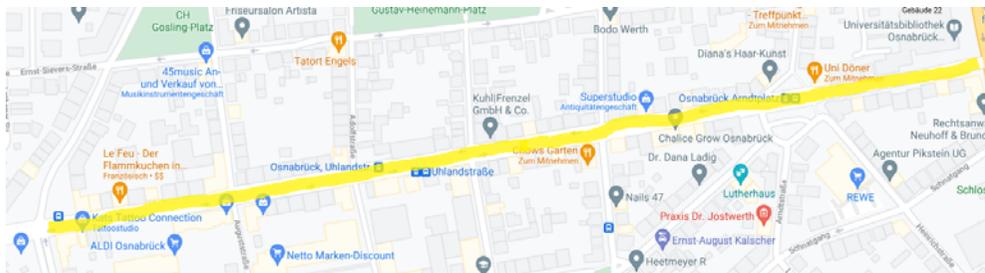
## Erdgeschossnutzungen



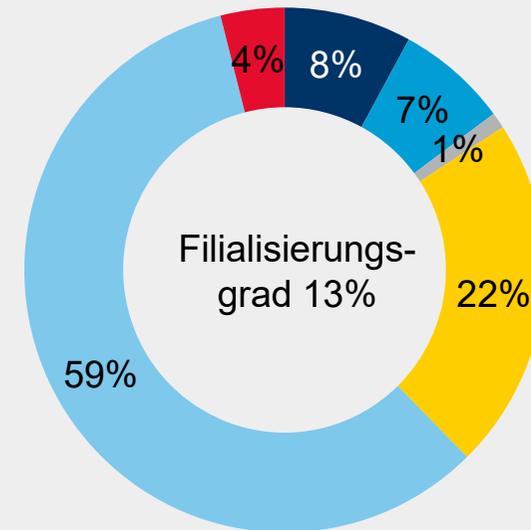
- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 133

# Martinstraße: Einfallstraße mit hohem Wohnanteil



## Erdgeschossnutzungen

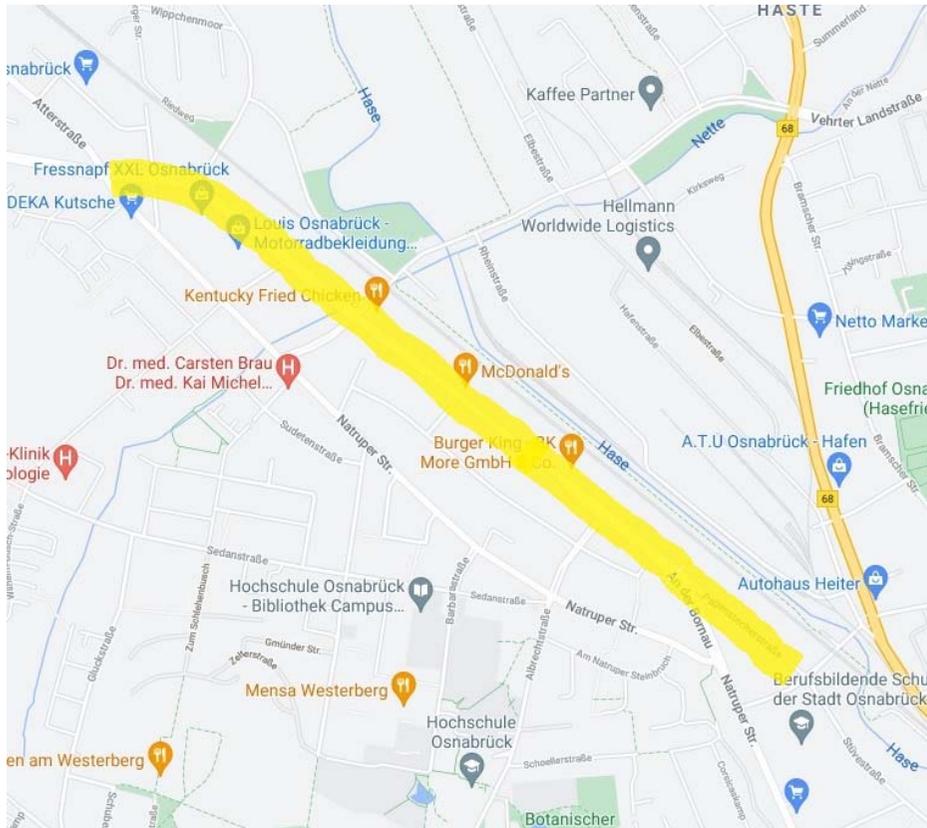


Filialisierungsgrad 13%

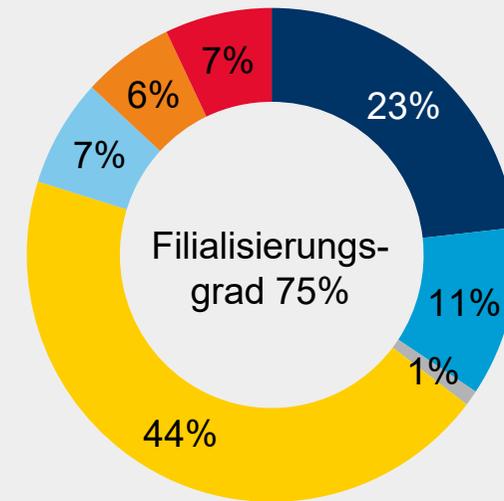
- Handel
- Sonstige DL
- Leerstand
- Gastronomie
- Wohnen
- Soziale DL
- Vergnügungsstätte

n = 102

# Pagenstecherstraße: Großhandels- und Automeile



## Erdgeschossnutzungen



Filialisierungsgrad 75%

- Handel
- Gastronomie
- Soziale DL
- Sonstige DL
- Wohnen
- Vergnügungsstätte
- Leerstand

n = 94

## Einfallstraßen

- ... mit verschiedenem Charakter und wichtigen Versorgungsfunktionen
- ... mit überwiegend anderen gewerblichen Funktionen als Innenstadtquartiere
- ... haben wichtige Funktion für die Nahversorgung der umliegenden Stadtteile
- ... hohe Bedeutung für die verkehrliche Erreichbarkeit der Innenstadt

Beispiele:

- Pagenstecherstraße: Großhandelsbetriebe und Autohäuser
- Martinistraße: Wohnen und Universität
- Lotter Straße: Gesundheitsdienstleistungen und Arztpraxen



# Passantenmonitor

Beitrag mO. Marketing Osnabrück GmbH (siehe separate Präsentation)



# Leerstandsmonitor

Beitrag mO. Marketing Osnabrück GmbH (siehe separate Präsentation)

# Handlungsempfehlungen

## Kurzfristig (post Corona)

Initiativen zur Stärkung der „Ökosystems Innenstadt“ umsetzen (z. B. Stadtgutschein, Innenstadt-Wettbewerbe, Veranstaltungen)

Nutzungsvielfalt und Individualität in der Innenstadt erhalten und sichern (Gastronomie, Kultur und Dienstleistungen)

Aufenthaltsqualität verbessern, u. a. durch attraktiven öffentlichen Raum („Sauberkeit und Sicherheit“), Stadtmöblierung, freies WLAN

Leerstand und Geschäftsflächen „managen“

Aktuelle Fördermöglichkeiten nutzen (z. B. Sofortprogramm „Perspektive Innenstadt“)

## Mittel-/Langfristig (Strukturwandel)

City- und  
Quartiersmanagement  
ausbauen

Trading down durch  
angemessene und schnelle  
Nachnutzung vermeiden

Städtebau und Funktionen der  
Quartiere mit BID-Förderung  
stärken (Niedersächsischen  
Quartiersgesetz)

Digitale Sichtbarkeit im Handel  
fördern

Verzahnung von E-Commerce  
und Innenstadthandel fördern

Runden Tisch  
Immobilienwirtschaft  
reaktivieren

## Kurzfristig

Vorgaben der Bauleitplanung  
und der Raumordnung  
konsequent anwenden

Attraktive Nachnutzungen  
zentral gelegener Flächen  
zulassen (nicht nur für den  
Handel)

Schnelle Umsetzung von  
Investitionen durch zeitnahe  
Bearbeitung und Genehmigung  
ermöglichen

Fördermittel für die Beseitigung  
städtebaulicher Missstände  
akquirieren

## Mittel-/Langfristig (Strukturwandel)

Zentrale Versorgungsbereiche  
überarbeiten/enger fassen

Großflächige  
Einzelhandelsprojekte  
zentrenverträglich gestalten

Osnabrücker Liste der  
innenstadt-relevanten  
Sortimente weiterentwickeln

## Kurzfristig

Verkehrsfluss durch intelligente Ampelschaltungen optimieren („grüne Welle“)

Ausreichend Parkraum für den motorisierten Individualverkehr sicherstellen

Parkgebühren standortangemessen gestalten

Leihsysteme für Fahrräder, Roller und PKW einrichten und ausbauen

Baustellenkommunikation und -management verbessern, Baumaßnahmen besser koordinieren und schneller durchführen

## Mittel-/Langfristig (Strukturwandel)

<p>Park+Ride-Angebot ausbauen</p>	<p>Attraktives und emissionsarmes ÖPNV-Angebot sicherstellen (Bus/Schiene)</p>	<p>Taktung im ÖPNV verdichten, Stadt-/Umlandverknüpfungen optimieren</p>
<p>Tempo 30 auf Hauptstraßen vermeiden</p>	<p>Sichere Fahrradwege abseits der Hauptstraßen und Fahrradparkplätze schaffen</p>	<p>Durchgangsverkehr durch Lückenschluss A 33 Nord reduzieren / B 68 verlegen</p>

## Ansprechpersonen



Anke Schweda

**Geschäftsbereichsleiterin  
Standortentwicklung**  
schweda@osnabrueck.ihk.de



Alexander Illenseer

**Marketing Osnabrück GmbH**  
marketing@osnabrueck.de

Bildnachweis Kartenmaterial:  
Google maps



[osnabrueck.ihk24.de](https://osnabrueck.ihk24.de)



[osnabrueck.ihk24.de/newsletter](https://osnabrueck.ihk24.de/newsletter)



# Anhang

## Projektbeschreibung



**Akteure:** Der „Handelsmonitor Osnabrück“ ist eine Gemeinschaftsstudie der Marketing Osnabrück GmbH (mO.), Osnabrücker City Marketing e.V. (OCM) und der Industrie- und Handelskammer Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim (IHK).

**Ziele:** Ziel ist eine bessere Positionierung des Osnabrücker Einzelhandels durch laufende Marktbeobachtungen. Der Handelsmonitor wird alle zwei Jahre aktualisiert. Auch ein Vergleich von Städten mit vergleichbarer Einzelhandelsstruktur wird dadurch möglich. Dadurch wird die Basis einer strategischen Weiterentwicklung und Attraktivitätssteigerung der gesamten Osnabrücker Einzelhandelslandschaft geschaffen.

**Methodik:** Neben der Auswertung von Branchenkennziffern und statistischen Daten wird ein Blick auf die Handelsstruktur einzelner Quartiere geworfen. Mit diesem „Quartierscheck“, der im Mai 2021 durchgeführt wurde, sowie einem Passantenmonitor wird ein Fokus auf Handlungsfelder für ausgewählte Geschäftsstraßen vor Ort ermittelt.

**Themen:** Die in der Analyse und Interpretation eingesetzten Methoden werden so angewendet, dass eine fortlaufende Aktualisierung zur strategischen Weiterentwicklung ermöglicht werden kann („Monitoring“- Prinzip). Mit Hilfe der Aktualisierungen und der Berücksichtigung von „Sonderthemen“ können Zielgruppen und Markttrends erfasst und Branchendaten aufbereitet werden.

**Perspektiven:** Durch die Bündelung von Daten, Fakten und Wissen der lokalen Akteure soll ein lebendiges Monitoring-Instrument für die systematische Weiterentwicklung des Oberzentrums Osnabrück dauerhaft etabliert werden. Die Ergebnisse werden jeglichen Interessenten öffentlich zur Verfügung gestellt

## Abgrenzung Nutzungsarten



**Handel:** Apotheken, Bäckereien, Kiosk, 1€ Shop, Bekleidung, Schuhe, Telekom, Copy-Shop, Fotostudio, Optiker etc.

**Gastronomie:** Café, Restaurant, Shisha-Bar etc.

**Soziale Dienstleistungen:** Kita, Beratungsstellen, Familienbildungsstätte, Kirche, Pfarrbüro etc.

**Sonstige Dienstleistungen:** Versicherungen, Reisebüro, Tankstelle, Fitnessstudios, Kino, Kultureinrichtungen, Hotel, Bibliothek, alle öffentlichen Dienstleistungen, Musikschule, Änderungsschneiderei, Handwerker etc.

### Wohnen

**Vergnügungsstätte:** Spielhalle, Wettbüro, Bordelle

**Leerstand** (zum Zeitpunkt der Erhebung)

**Nicht zu erfassen:** Türen zu Treppenhäusern für Ober-/Kellergeschosse, Personaleingänge

# Räumliche Abgrenzung PLZ 49074

