

nds für wenig Cents

Top Trends für wenig Cents

GMA  
Top Trends

Forschen. Beraten. Umsetzen.

# LEERSTANDSMANAGEMENT – WIE DIE LÜCKEN FÜLLEN?

Dipl. Geogr. Birgitt Wachs, Geschäftsführerin  
15. September 2022

Dresden | Hamburg | Köln | Ludwigsburg | München

# Disclaimer

Diese Präsentation unterliegt gemäß § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes dem Schutz des Urheberrechtes.

Es wurden Grafiken, Bildausschnitte u.a. Abbildungen zur besseren Darstellung von Kernaussagen verwendet. Eine öffentliche Nutzung bzw. Weitergabe, Vervielfältigung oder gar allgemeine Veröffentlichung kann jedoch Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

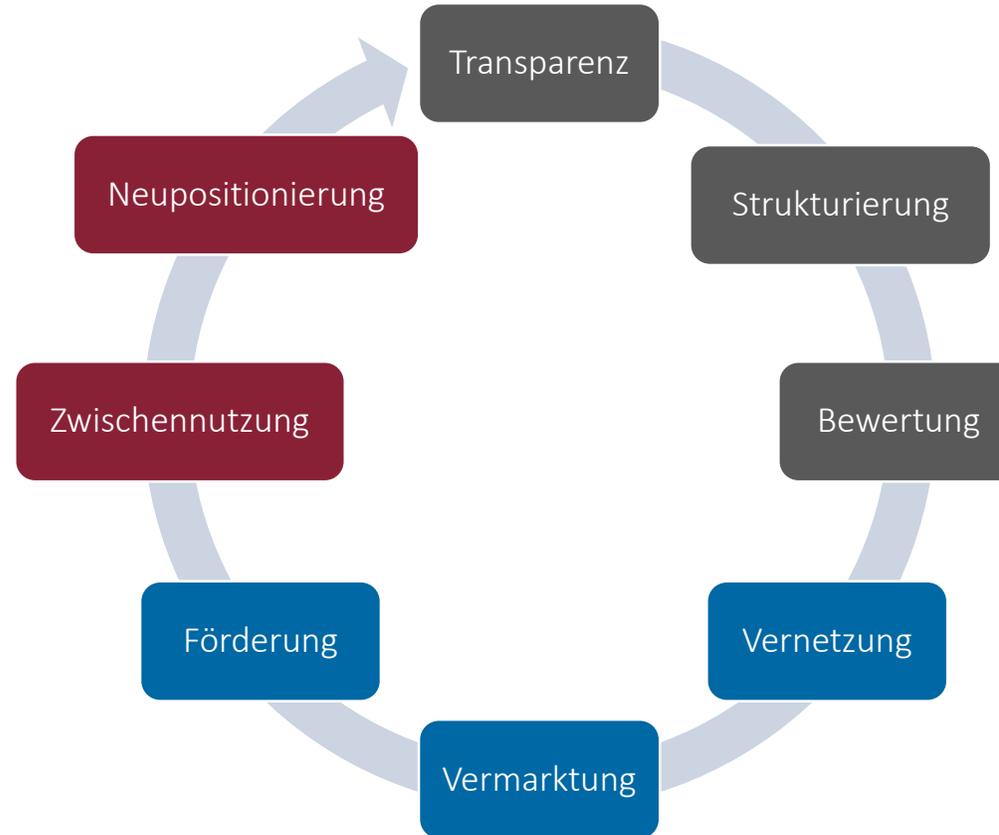
Diese Unterlage ist deshalb ausschließlich für die titulierte Veranstaltung vorgesehen. Wer diese Unterlage in welcher Form auch immer (ganz oder teilweise oder in Bildausschnitten) weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte. Die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung GmbH wird mit Verletzung dieser Untersagung zur Weitergabe und Veröffentlichung von allen Ansprüchen Dritter freigestellt. Der Verursacher dieser Verletzung oder heranzuziehende Verantwortliche hierfür trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die GMA.

Die Darstellungen in der Präsentation können unvollständig sein. Die dargestellten Fakten sind nur in Verbindung mit dem gesprochenen Wort gültig. Zitate bzw. deren Weiterverwendung aus dieser Unterlage heraus sind unzulässig.

# Bestand und Leerstände optimieren...

## aktuell...

- aktuelle Adressdatei
- Fotodokumentation
- Erhebung der Flächen
- Adressen von Eigentümer der Immobilien
- Nutzungsoptionen
- Exposé



## ...weitergedacht...

- „Tinder“ mit Filialisten und Local heroes
- Netzwerkarbeit vor Ort
- Einbeziehung der Eigentümer
- Projekt- und Fördermanagement für Einzelobjekte
- Zwischennutzung
- Ansätze dokumentieren
- Evaluation

**GMATCH**

# GMATCH - Ansatz

Wie ist der Status? - Bestands- und Leerstands-Inventarisierung

Wie Lücken füllen? - Identifizierung von passenden Konzepten

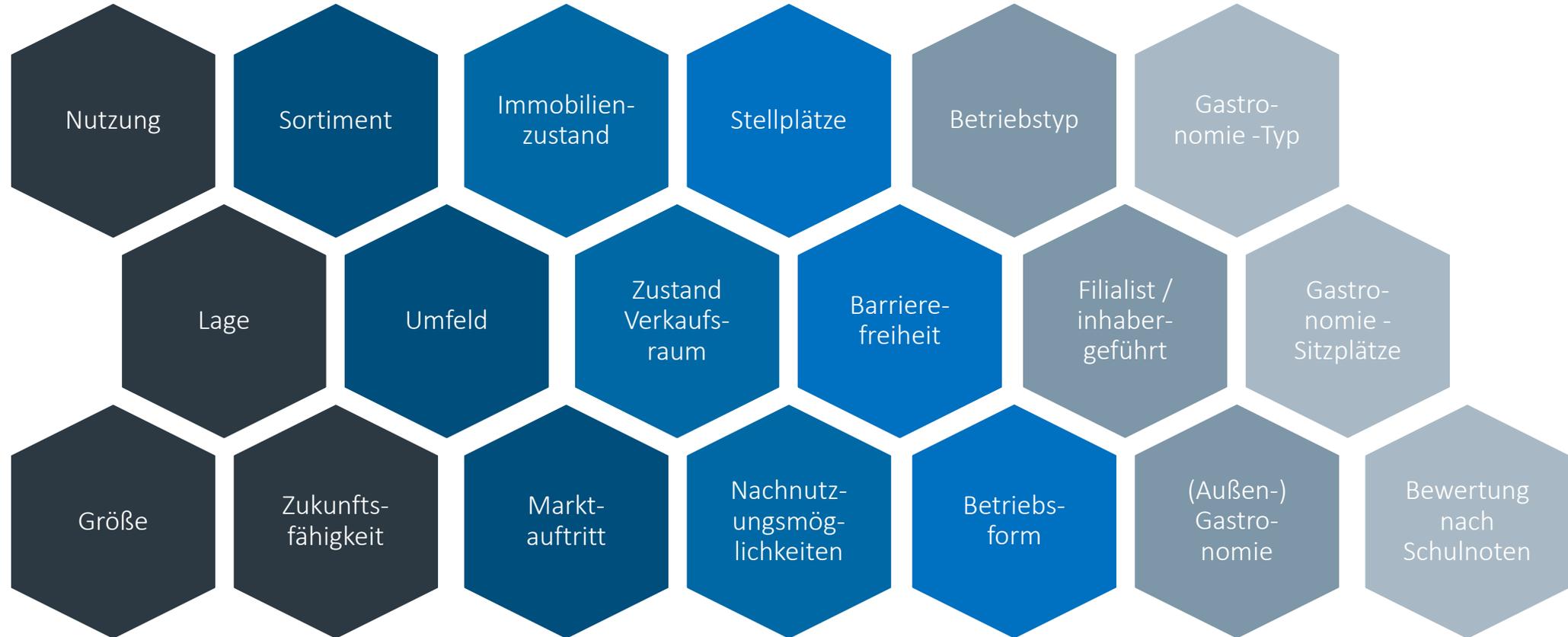
Wer ist geeignet? - Identifizierung von bundesweiten „Playern“

Wer ist regional geeignet? - Identifizierung regionaler „Player“

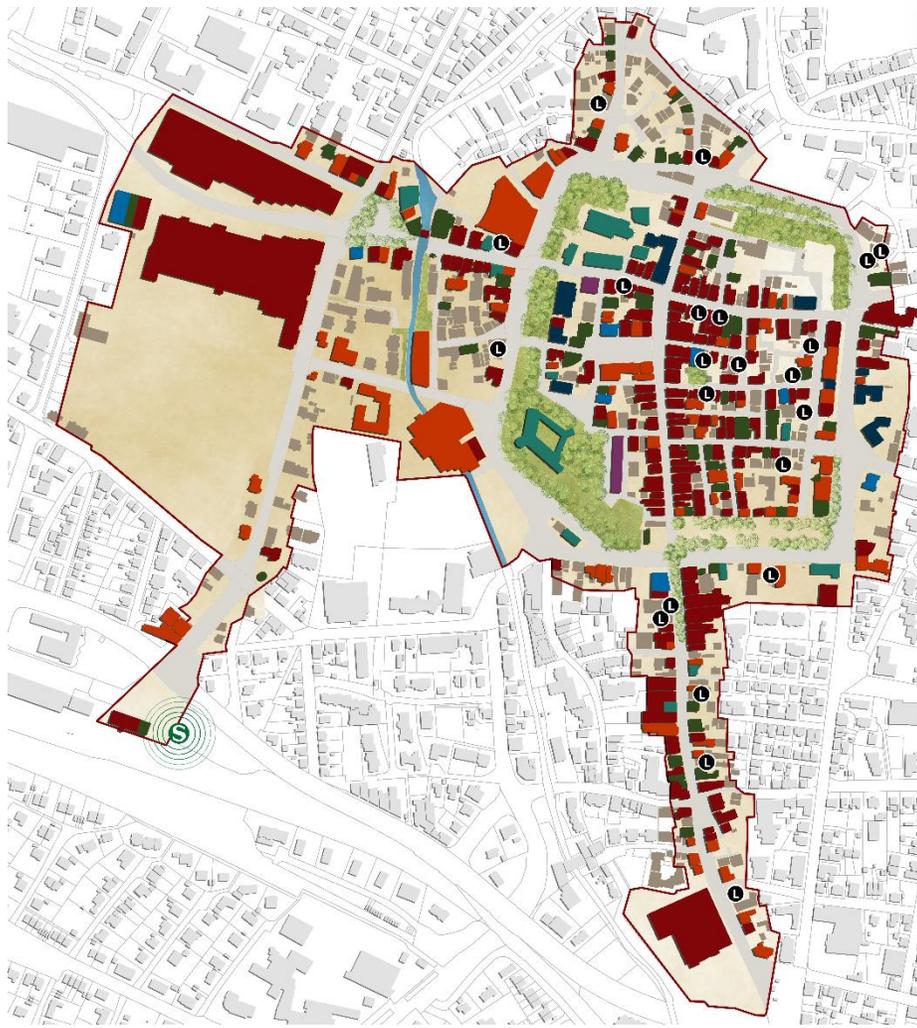
GMATCH - Immobilien und Anbieter zusammenbringen

Umsetzung durch Zentrenmanagement vor Ort

# Wie ist der Status? – Bestands- und Leerstands-Inventarisierung



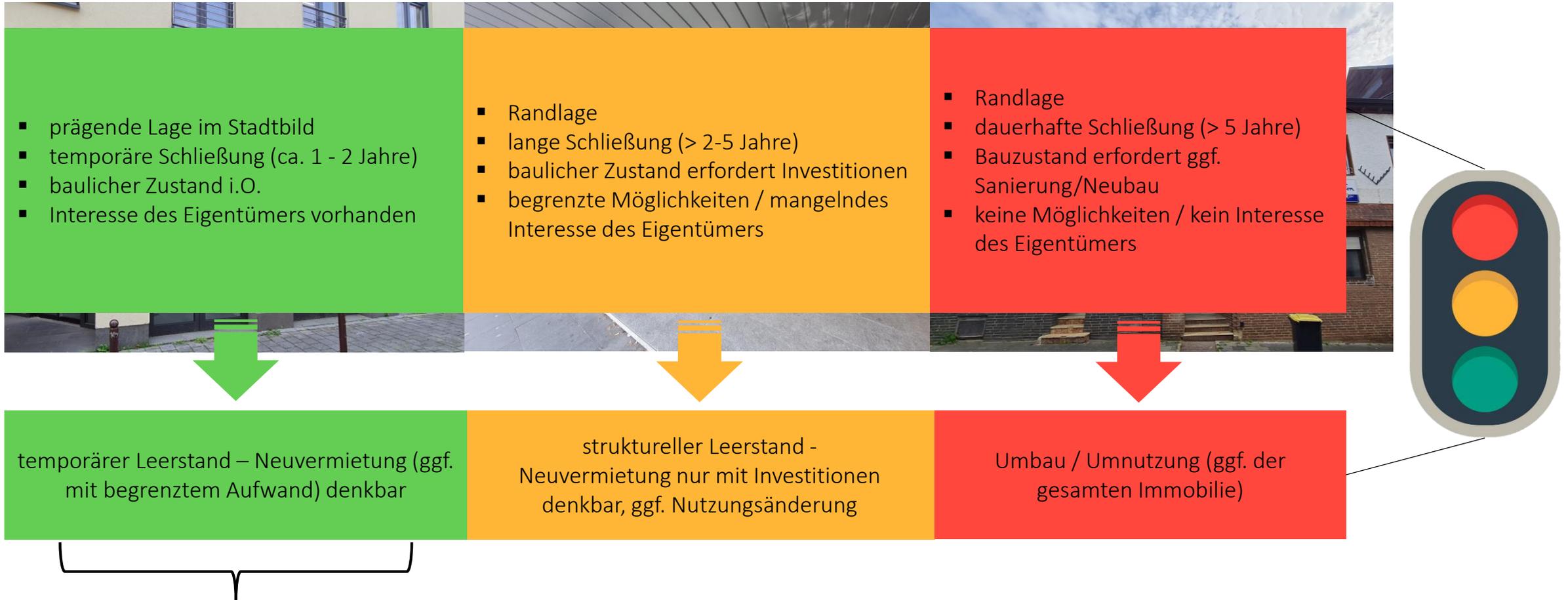
# Wie ist der Status? – Bestands- und Leerstands-Inventarisierung



- Abgrenzung ZVB
- Erschließung im ZVB
- Bebauung im ZVB
- Bebauung außerhalb ZVB
- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Medizinische Einrichtungen

Quelle: GMA

# Priorisierung / Identifizierung von Schlüsselimmobilien



**Schlüsselimmobilien**

Quelle: GMA

# Wie Lücken füllen? – Identifizierung von passenden Konzepten

Quantitative Bewertung



Verkaufsflächen-  
ausstattung

Zentralität

Qualitative Bewertung

Markenportfolio

Qualitative Einordnung



Identifizierte Lücken

# Wer ist geeignet? – Identifizierung von bundesweiten Playern

## GMA Filialistendatenbank

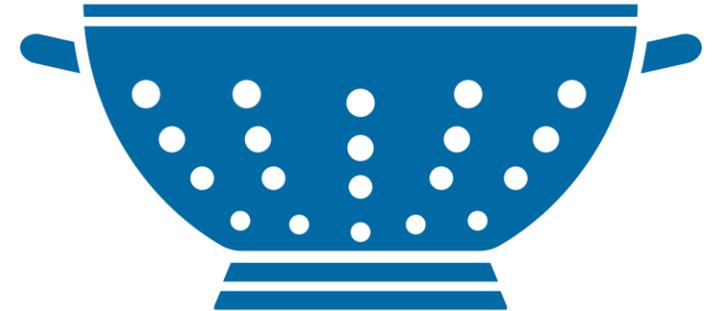
- alle Filialisten im EH, Gastro und sonstigen Branchen
- rd. 3.000 Einträge
- inkl. Firmenadressen und Kontaktinformationen
- inkl. Standortanforderungen

## Selektion nach diversen Kriterien

- Expansionsgebiete
- Mindesteinwohnerzahlen
- Standortkategorien
- Flächengrößen min. / max.



## Filterung passender bundesweiter Player



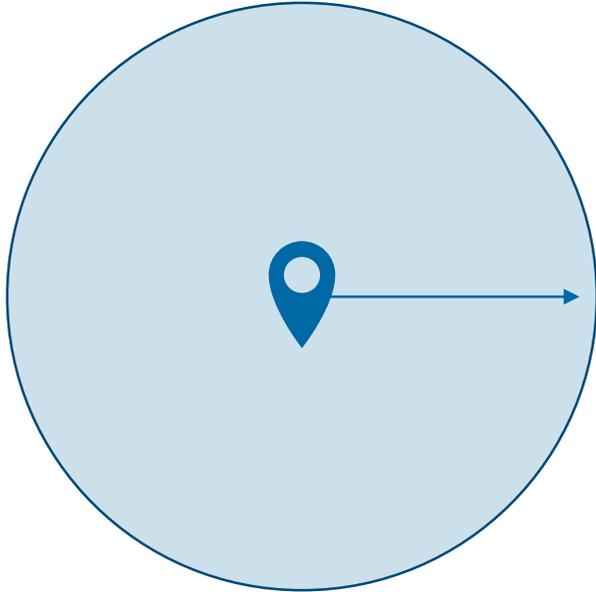
Prüfung Filialnetz im Umfeld (passt Standort in bestehendes Filialnetz?)

Liste möglicher geeigneter Interessenten

Akquiseportfolio national

# Wer ist regional geeignet? – Identifizierung regionaler „Player“

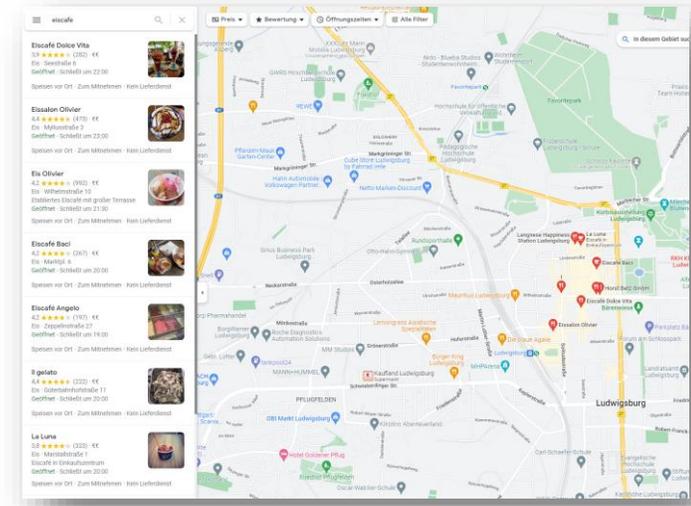
Festlegen des Suchraums



Abgleich GMA-  
Einzelhandelsdatenbank



ergänzende regionale  
Wettbewerbssuche



## Akquiseportfolio regional

- /// Ausrichtung
- /// Anzahl Standorte
- /// Kontaktinformationen

- /// Einordnung Attraktivität
- /// Distanz / Fahrzeit zum Standort

# MATCH - Immobilien und Anbieter zusammenbringen

Akquiseportfolio national

Akquiseportfolio regional

individuelles Portfolio für jeden Leerstand



Umsetzung durch Zentrenmanagement vor Ort

# Wissen, wer in Frage kommt und wen man anspricht – die Anbieterdatenbank

Marken	vorhanden?	Ladengröße	Franchise/Filialist	Kontakt für Expansion
<b>Bekleidung</b>				
Tredy	ja	60-100	Filialist	xxx
Engbers	nicht mehr	200	Filialist	xxx
Liberty Woman	nein	60-110	Filialist	xxx
Modepark Röther	nein	3.000-4.000	Filialist	xxx
Tom Tailor	nein	200-250	Filialist u. Franchise	xxx
Pandora	nein	40-80 qm <sup>2</sup>	Filialist u. Franchise	xxx
Ernsting's Family	ja	150-200	Filialist	xxx
Bonita	nicht mehr	150-200	Filialist	xxx

# Bewertung von potenziellen Ansiedlungen

## Bewertungsgrundsätze:

- /// Attraktivitätsgewinn durch das angebotene Sortiment
  - /// Durchgehende Öffnungszeiten tragen zur **Frequenzsteigerung** bei
  - /// Attraktive Außendarstellung für einen **positiven Gesamteindruck** des Zentrums
  - /// Räumliche Konzentration der Angebote fördert das **Erlebnis**
- Ausschluss von Trading-Down-Effekt begünstigenden Sortimenten



# Der Transformationsprozess der Immobilie



Quelle: GMA

Vielen Dank für  
Ihre Aufmerksamkeit!

Birgitt Wachs  
Tel. +49 172 2376854  
[birgitt.wachs@gma.biz](mailto:birgitt.wachs@gma.biz)

Dresden | Hamburg | Köln | Ludwigsburg | München

HIER ENTSTEHT  
EIN NEUER  
KARLCHEN!



WIR BACKEN GLÜCKSMOMENTE