

Maßnahmenempfehlungen zur Ortskern- entwicklung zur Förderung des Einzelhandels

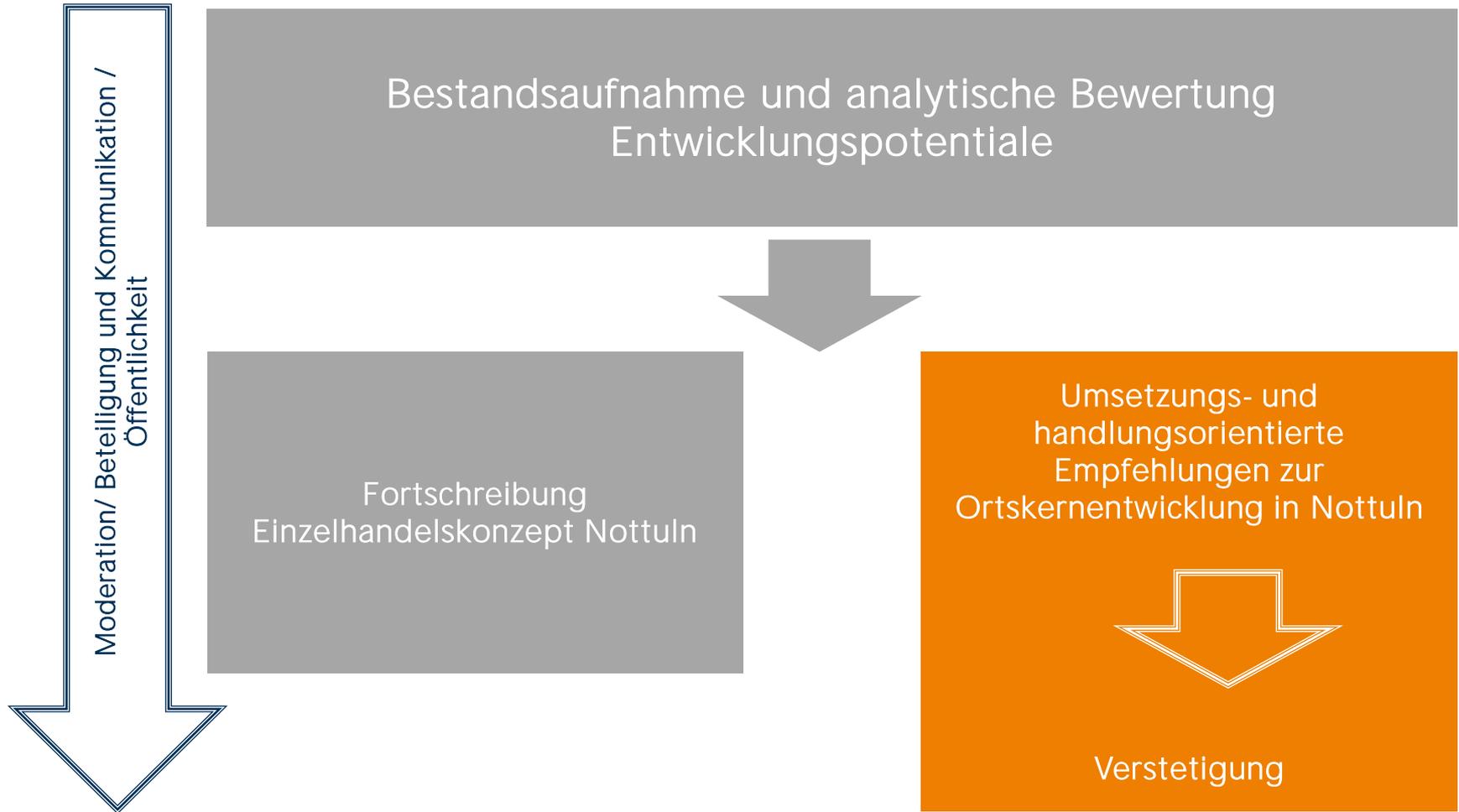
für die Gemeinde Nottuln
Präsentation 19. Januar 2015



Gliederung

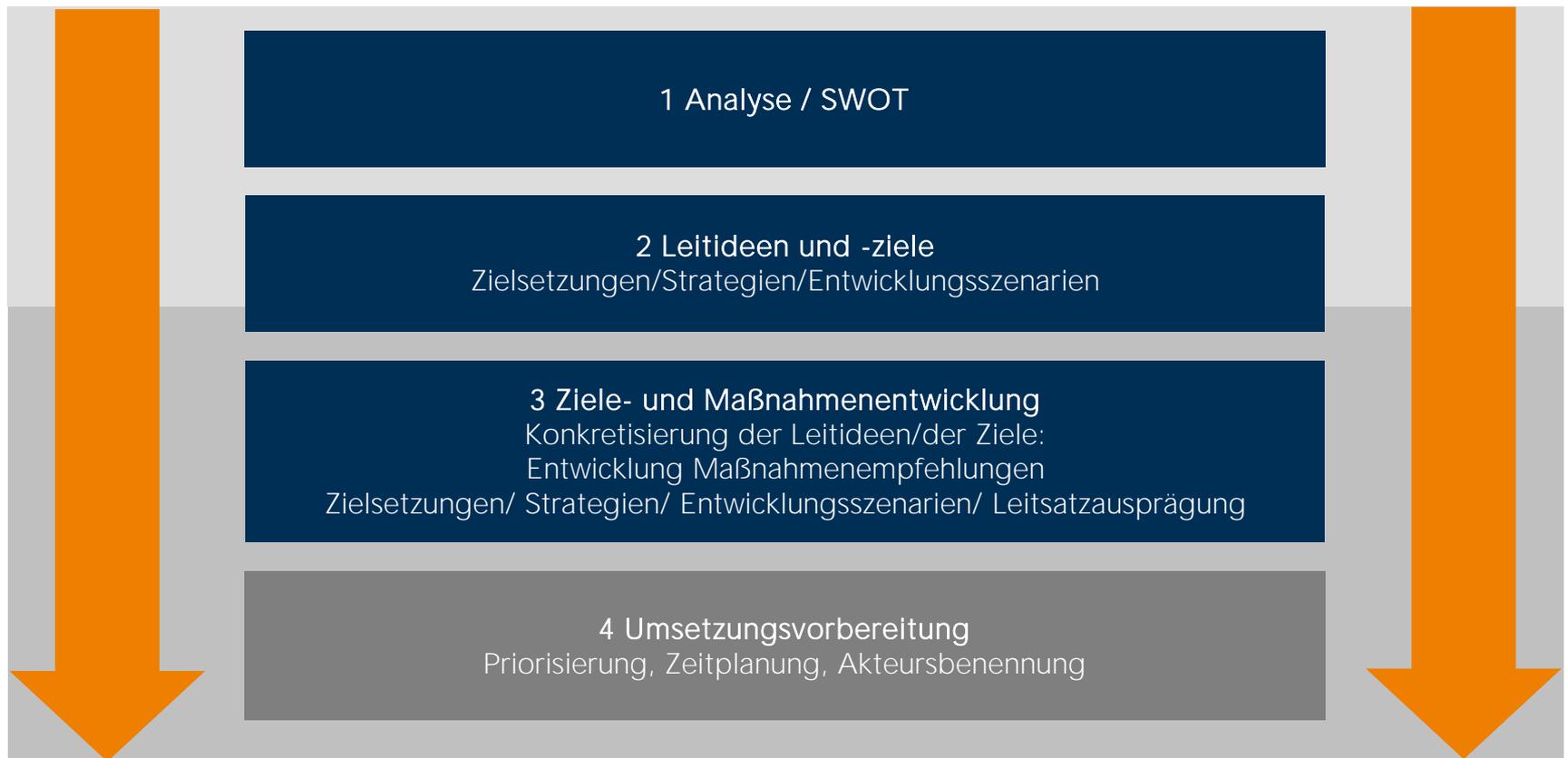
1. Einführung
2. Trends im Einzelhandel
 - 2.1 branchenspezifische Trends
 - 2.2 Bedeutung für die Gemeinde Nottuln
3. Analyse
 - 3.1 Ortskerncheck
 - 3.2 Angebotsanalyse von Magnetanbietern
 - 3.3 SWOT
4. Zielsystem und Leitsatz (Handlungsfelder)
5. Strategiefindung
6. Maßnahmenempfehlungen

1. Einführung



1. Einführung

Ziel der Maßnahmenempfehlung für die Gemeinde Nottuln ist eine langfristige Positionierung und Stärkung des Ortskerns gegenüber anderen Wettbewerbsstandorten



Gliederung

1. Einführung
2. Trends im Einzelhandel
 - 2.1 branchenspezifische Trends
 - 2.2 Bedeutung für die Gemeinde Nottuln
3. Analyse
 - 3.1 Ortskerncheck
 - 3.2 Angebotsanalyse von Magnetanbietern
 - 3.3 SWOT
4. Zielsystem und Leitsatz (Handlungsfelder)
5. Strategiefindung
6. Maßnahmenempfehlungen

2. Aktuelle Trends im Einzelhandel

2.1 Wechselseitige Beeinflussung von Angebot und Nachfrage

Angebot

- Filialisierung und Internationalisierung
 - Folge: Individualitätsverlust des Einzelhandelsstandorts
- Konzentrationsprozess auf Betreiberseite
- Verkaufsflächenwachstum bei sinkender Betriebsanzahl
 - Folge: sinkende Flächenproduktivität
- Änderungen der Standortanforderungen von Betreibern
- E-Commerce - Bedeutungsgewinn

Nachfrage

- Demographischer Wandel
- Kaufkraftentwicklungen
- Konsumentenverhalten
 - gestiegene Flexibilität bzgl. der Aktionsräume
 - Wachsende Möglichkeiten der Informationsgewinnung
 - Spannungsfeld: Preisbewusstsein – Zeitersparnis – Erlebnisorientierung
 - „One-Stop-Shopper“
 - „Smart-Shopper“

Quelle: eigene Auswertungen nach Eggert 2011: Zukunft Handel und weiterer aktueller handelsbezogener Literatur

2. Aktuelle Trends im Einzelhandel



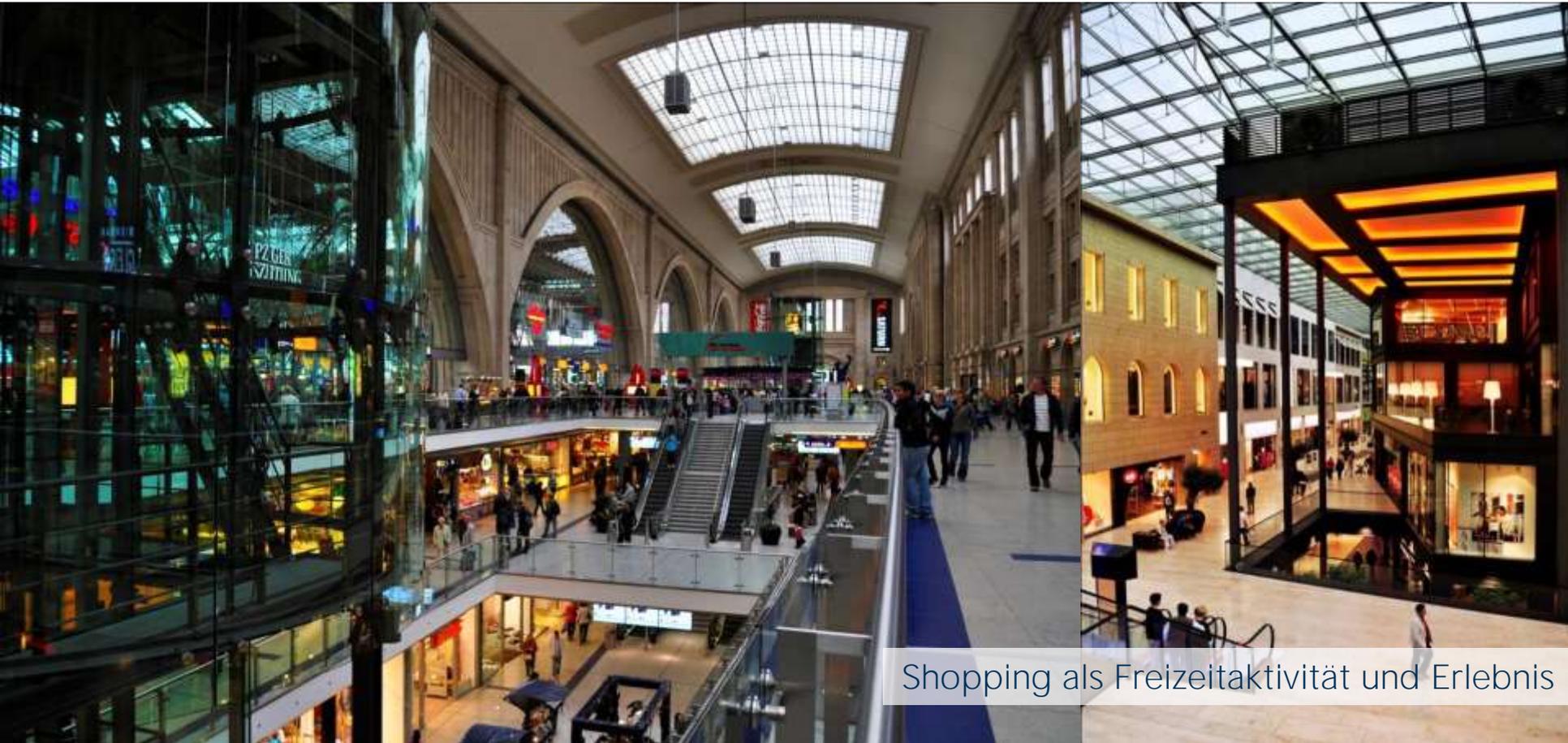
Neue Betriebstypen und Betreiber lösen alte Konzepte ab

2. Aktuelle Trends im Einzelhandel



Convenience-Formen werden stärker nachgefragt und professionalisiert

2. Aktuelle Trends im Einzelhandel



Shopping als Freizeitaktivität und Erlebnis

2. Aktuelle Trends im Einzelhandel



Gastronomie als wichtige Funktion für Innenstädte (Kopplung mit Einkaufsbummel; Frequenzen)

2. Aktuelle Trends im Einzelhandel

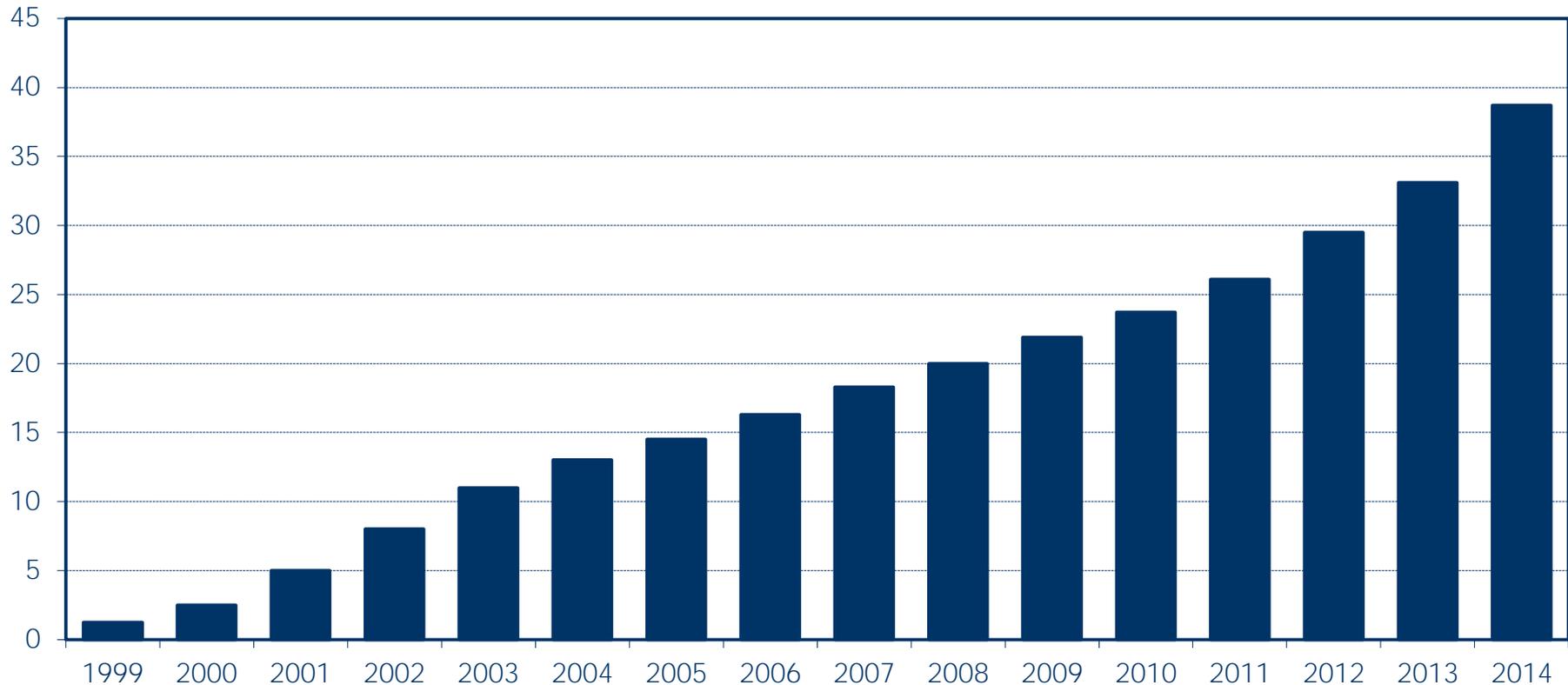
2.1 Zukunftstrends

- Neue Formate in Informations- und Marketingstrategien
 - Internet, QR-Codes, Social Media
 - RFID, NFC, Augmented Reality
 - Apps wie z.B. Indoor Navigation; Geofencing
- Mobile Bezahlssysteme
- „Gesundheit – Wellness – Ökologie – Nachhaltigkeit“ bei stetigem Preisbewusstsein
- Nutzungskopplung mit Dienstleistungen und anderen Angeboten
- Versandhandel und Lieferdienste gewinnen an Bedeutung/ cross channel
- Personalisierte Ware/ Beratung und Service

Quelle: eigene Auswertungen nach u. a. Eggert 2011: Zukunft Handel; Gelko, Jánszky 2014: Trendstudie – Die Zukunft des stationären Handels

2. Aktuelle Trends im Einzelhandel

E-Commerce-Umsatz (in Mrd. Euro) in Deutschland
1999 bis 2013 und Prognose für 2014

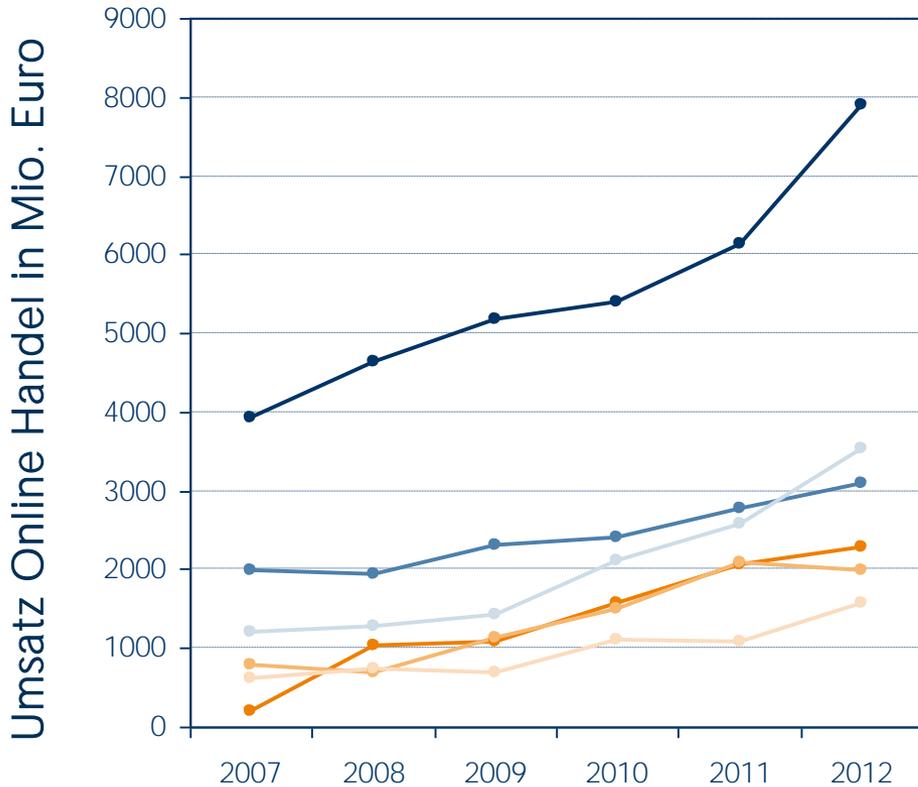


Quelle: Eigene Darstellung nach handelsdaten.de.

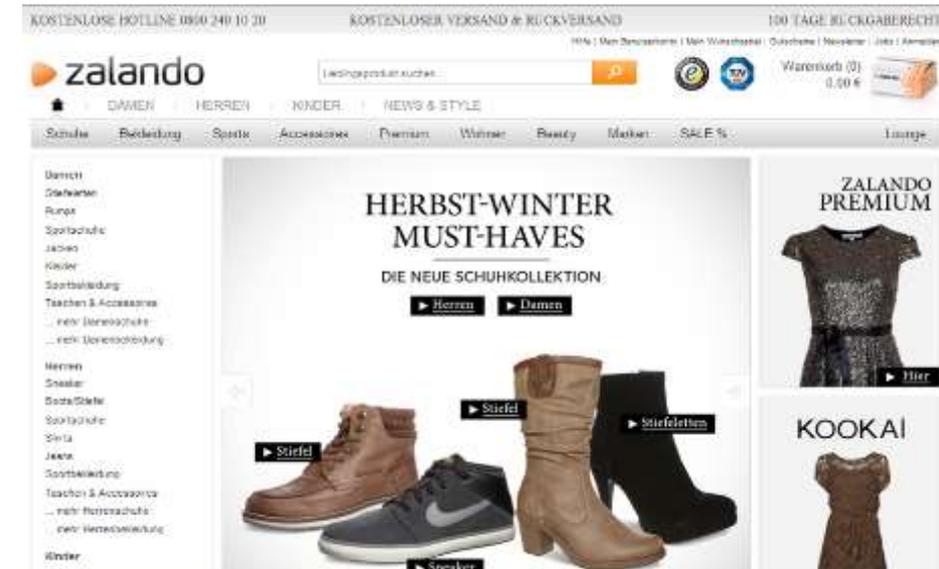
2013: E-Commerce-Umsatz: 33,1 Mrd. € (8%)
Einzelhandelsumsatz: 433,2 Mrd. € (100 %)

2. Aktuelle Trends im Einzelhandel

2.1 Die Rolle des E-Commerce



- Bekleidung / Textilien / Schuhe
- Medien, Bild- und Tonträger
- Unterhaltungselektronik, E-Artikel
- Computer & Zubehör
- Hobby/ Spielwaren
- Haushaltswaren/ -geräte



Quelle: Eigene Darstellung nach handelsdaten.de; Website zalando.de

2. Aktuelle Trends im Einzelhandel

2.2 Bedeutung für die Gemeinde Nottuln

- Druck durch den wachsenden Online- und Versandhandel
 - Preiskampf „David gegen Goliath“
 - vielfältige Informationskanäle
- Druck durch zunehmende Filialisierung
 - Preiskampf durch Absatzmenge
 - Öffnungszeiten flexibler regelbar
 - Ausgleichsvorteil mehrerer Standorte
 - Expansion nur in größeren Städten
- Nachfolgeproblematik
- mangelnde Passantenfrequenzen/ fehlende Laufkundschaft

2. Aktuelle Trends im Einzelhandel

2.2 Bedeutung für die Gemeinde Nottuln

- Internetpräsenz im Einzelhandel erhöhen
- Leistungen aktiv vermarkten
- Kommunikation und Kundenbindung rücken in den Fokus
- Erlebnis und Events bieten, dennoch Maßstäblichkeit wahren
- Service und Beratung: Chance für den Facheinzelhandel sich von der Konkurrenz abzusetzen
- Individuelle Konzepte und Franchise als Zukunftsoptionen
- Alleinstellungsmerkmal entwickeln/ vermarkten, um sich von homogenen Einkaufszielen abzusetzen

Gliederung

1. Einführung
2. Trends im Einzelhandel
 - 2.1 branchenspezifische Trends
 - 2.2 Bedeutung für die Gemeinde Nottuln
3. Strukturanalyse
 - 3.1 Ortskerncheck
 - 3.2 Angebotsanalyse von Magnetanbietern
 - 3.3 SWOT
4. Zielsystem und Leitsatz (Handlungsfelder)
5. Strategiefindung
6. Maßnahmenempfehlungen

3. Strukturanalyse

3.1 Ortskerncheck

Wegeführung

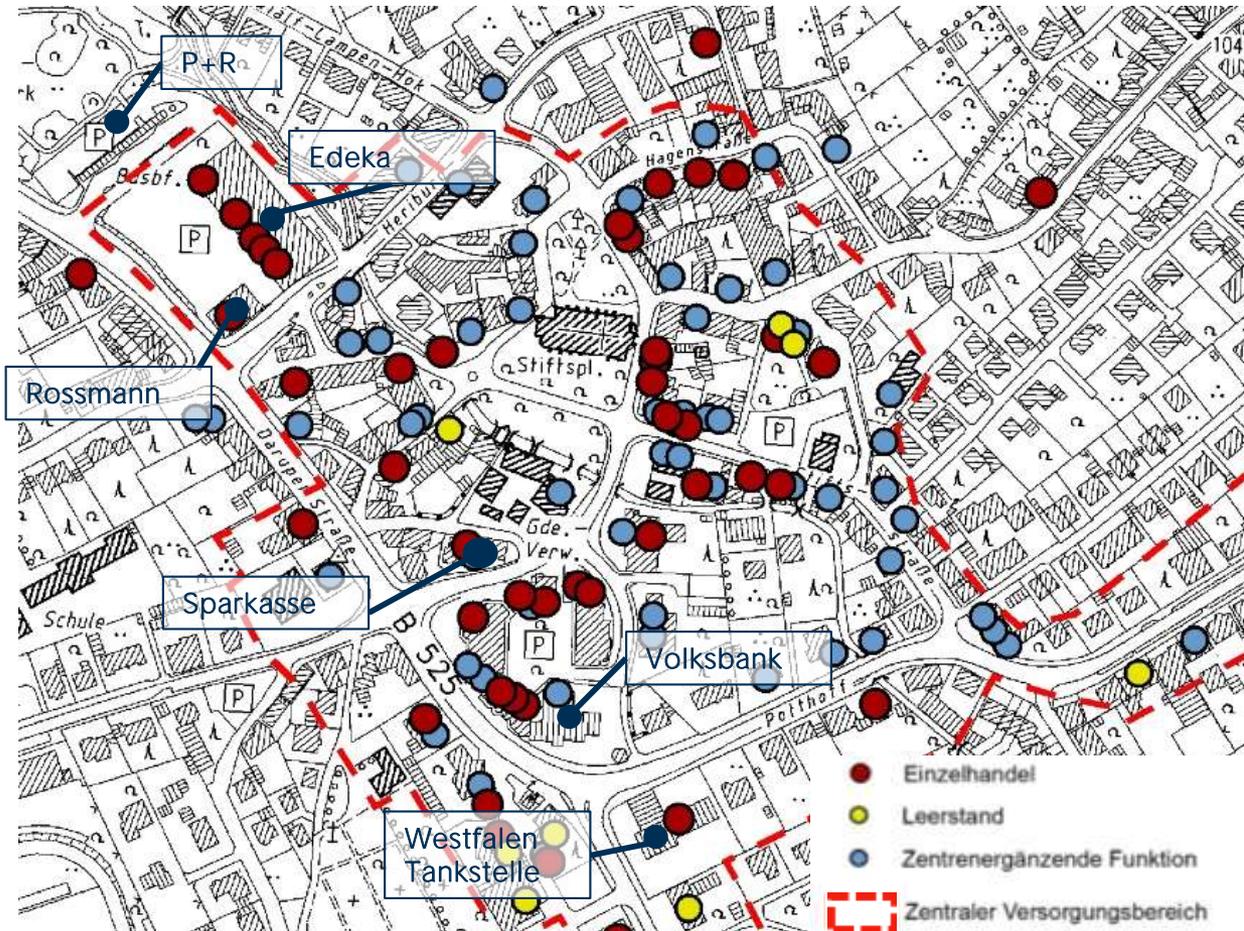


3. Strukturanalyse

3.1 Ortskerncheck

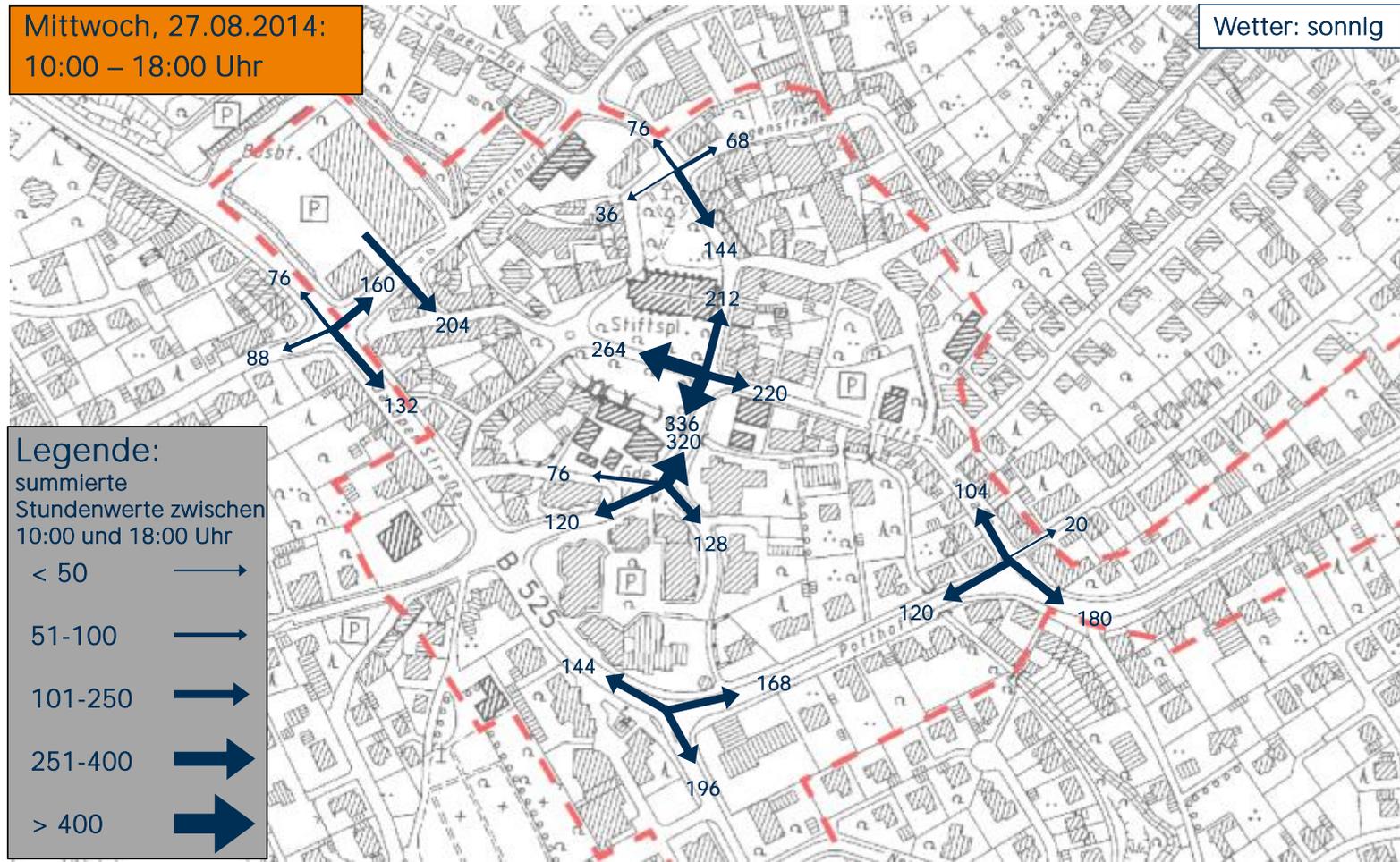
Laufwege/ Wegeföhrung

- fehlende Zusammenhänge in Lauflagen zwischen den Betrieben
 - v.a. am Kastanienplatz und hinter der Martinikirche
- fehlende Eindeutigkeit des Kerns
 - Mischung aus Wohn-/ Dienstleistung/ Einzelhandel



Zentren- und Standortstruktur

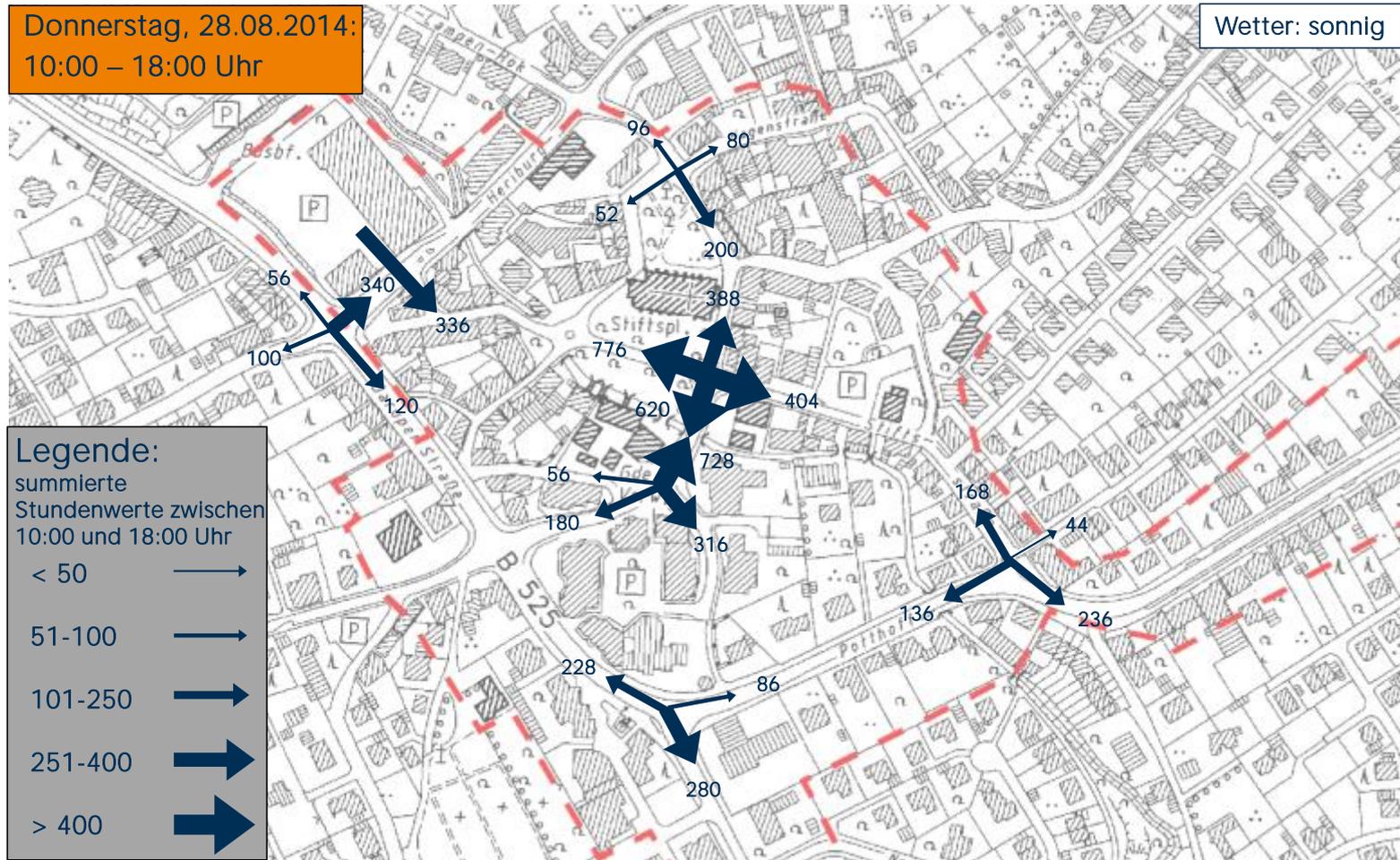
Ergebnisse der Passantenfrequenzzählung – Mittwoch gesamt



Quelle: Passantenfrequenzzählung Stadt + Handel 07-08/2014;
Kartengrundlage: Gemeinde Nottuln.

Zentren- und Standortstruktur

Ergebnisse der Passantenfrequenzzählung – Donnerstag gesamt



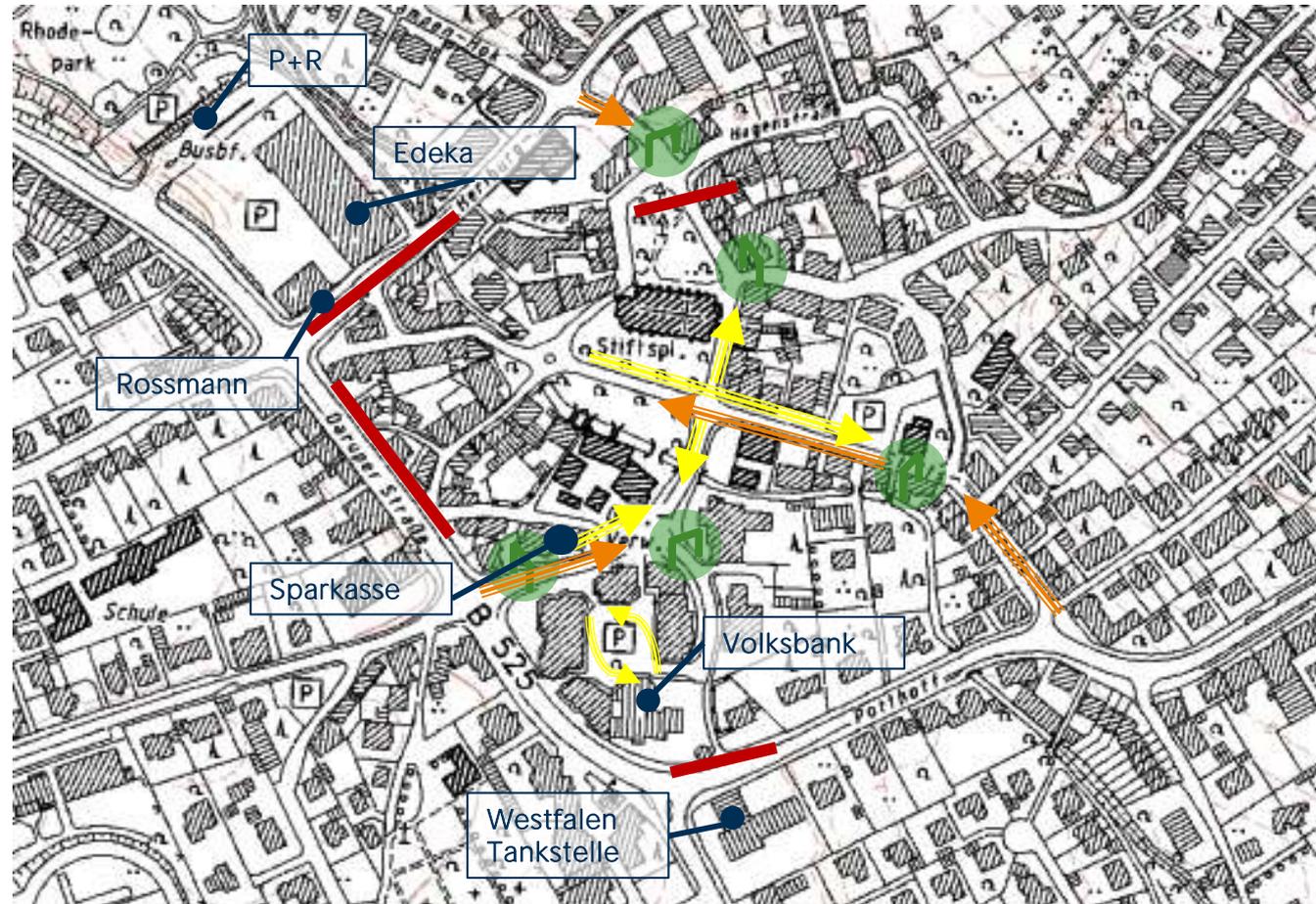
Quelle: Passantenfrequenzzählung Stadt + Handel 07-08/2014;
Kartengrundlage: Gemeinde Nottuln.

3. Strukturanalyse

3.1 Ortskerncheck

Wegeführung

-  Wegeführung MIV
-  Wegeführung Fußgänger
-  gefühlte Barrieren
-  Eingangsbereiche



3. Strukturanalyse

3.1 Ortskerncheck

Leerstände

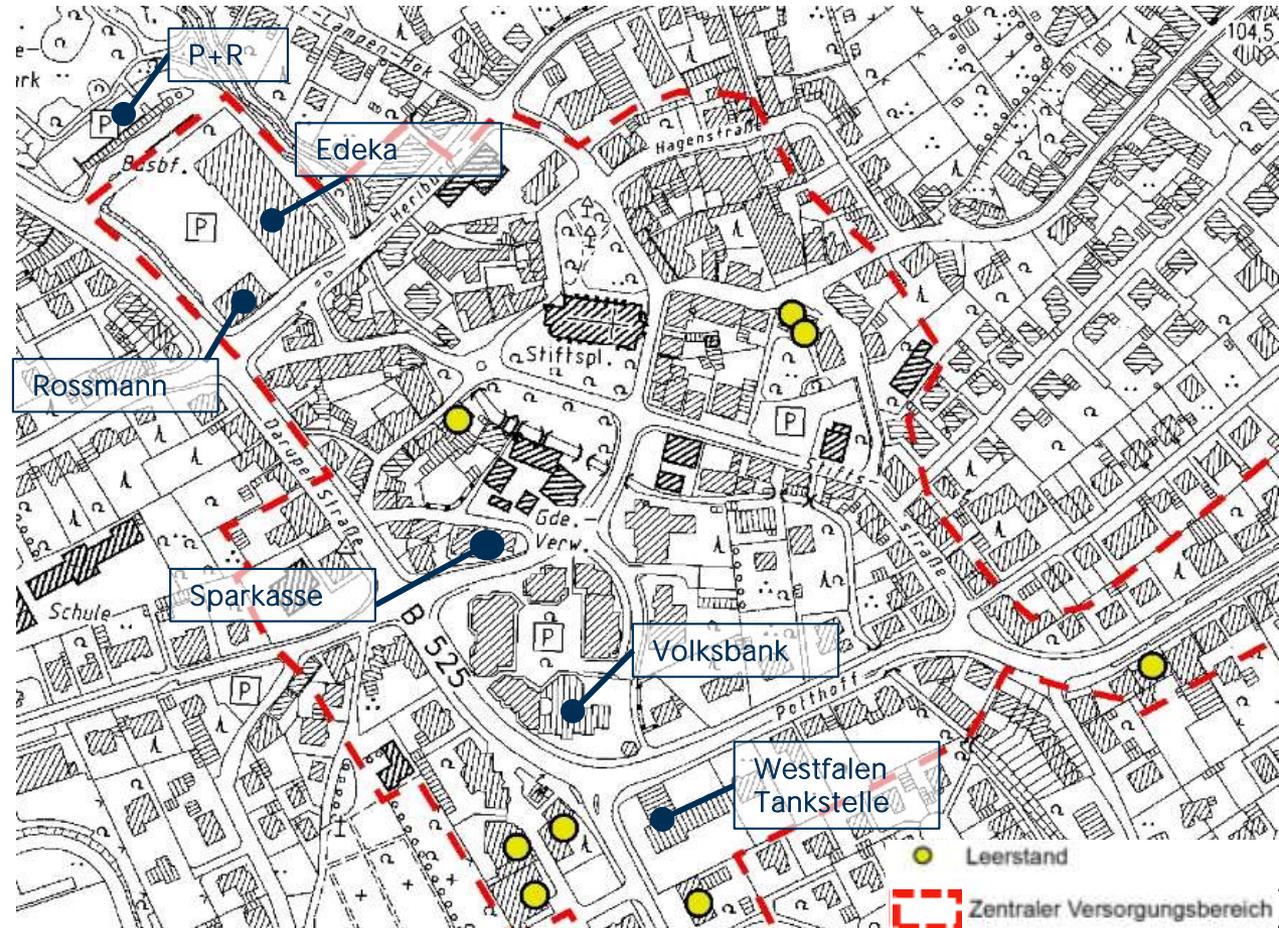


3. Strukturanalyse

3.1 Ortskerncheck

Leerstände

- Leerstandserscheinungen
- Leerstände in der Kernstadt wirken gepflegt
- Leerstandsagglomeration südlich der Kernstadt



3. Strukturanalyse

3.1 Ortskerncheck

Branchenmix und Größenklassen

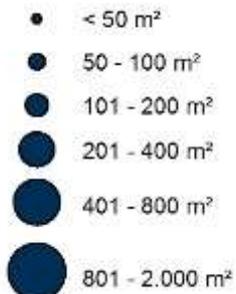


3. Strukturanalyse

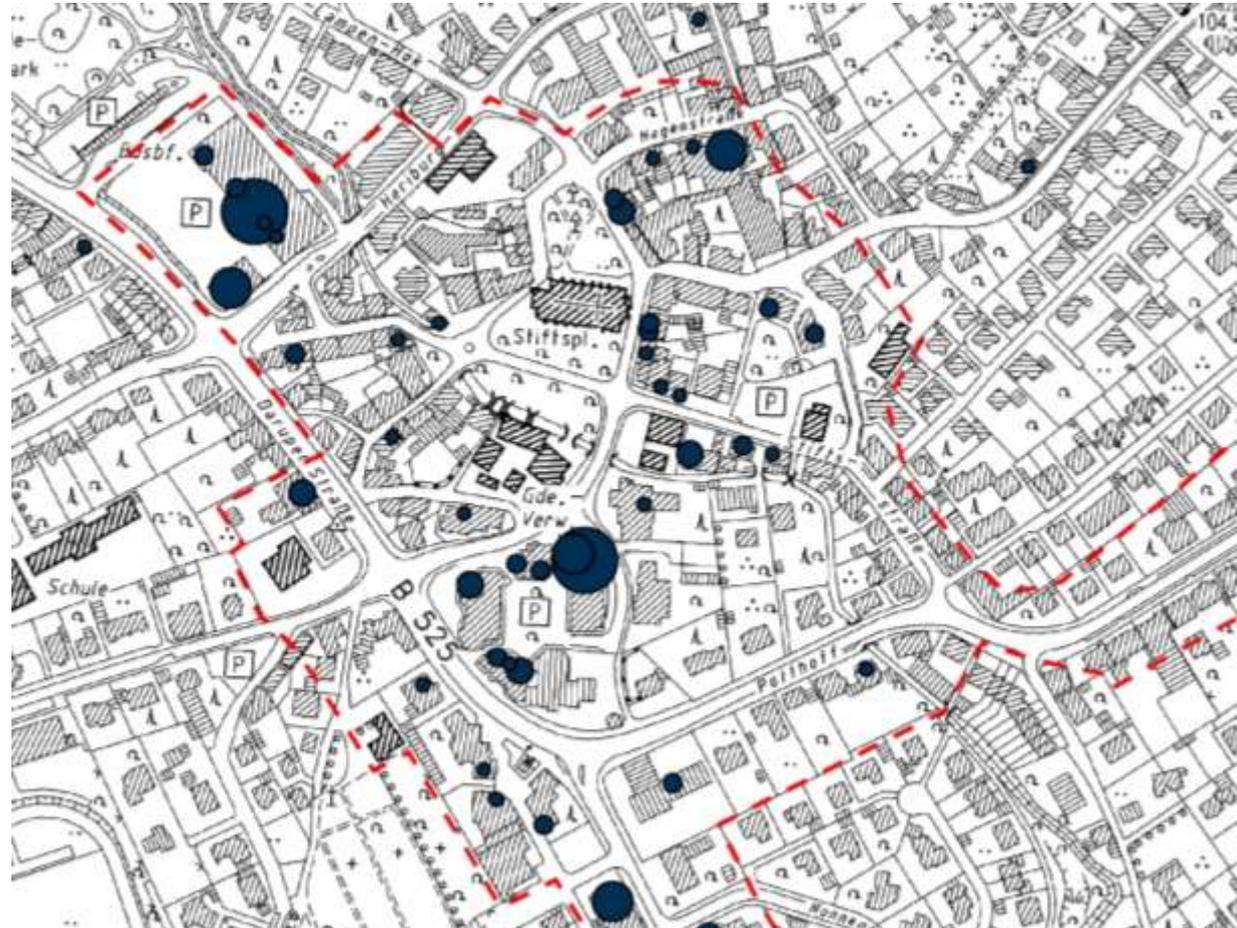
3.1 Ortskerncheck

Größenklassen

- größtenteils kleinteilige Einzelhandelsflächen
- geringe Möglichkeit neue Flächen zu schaffen



 Zentraler Versorgungsbereich



3. Strukturanalyse

3.1 Ortskerncheck

Branchenmix

- wenig Frequenzbringer im nördlichen Kernstadtbereich

Kurzfristiger Bedarfsbereich

- Nahrungs- und Genussmittel
- Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken
- Blumen, zoologischer Bedarf
- PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher

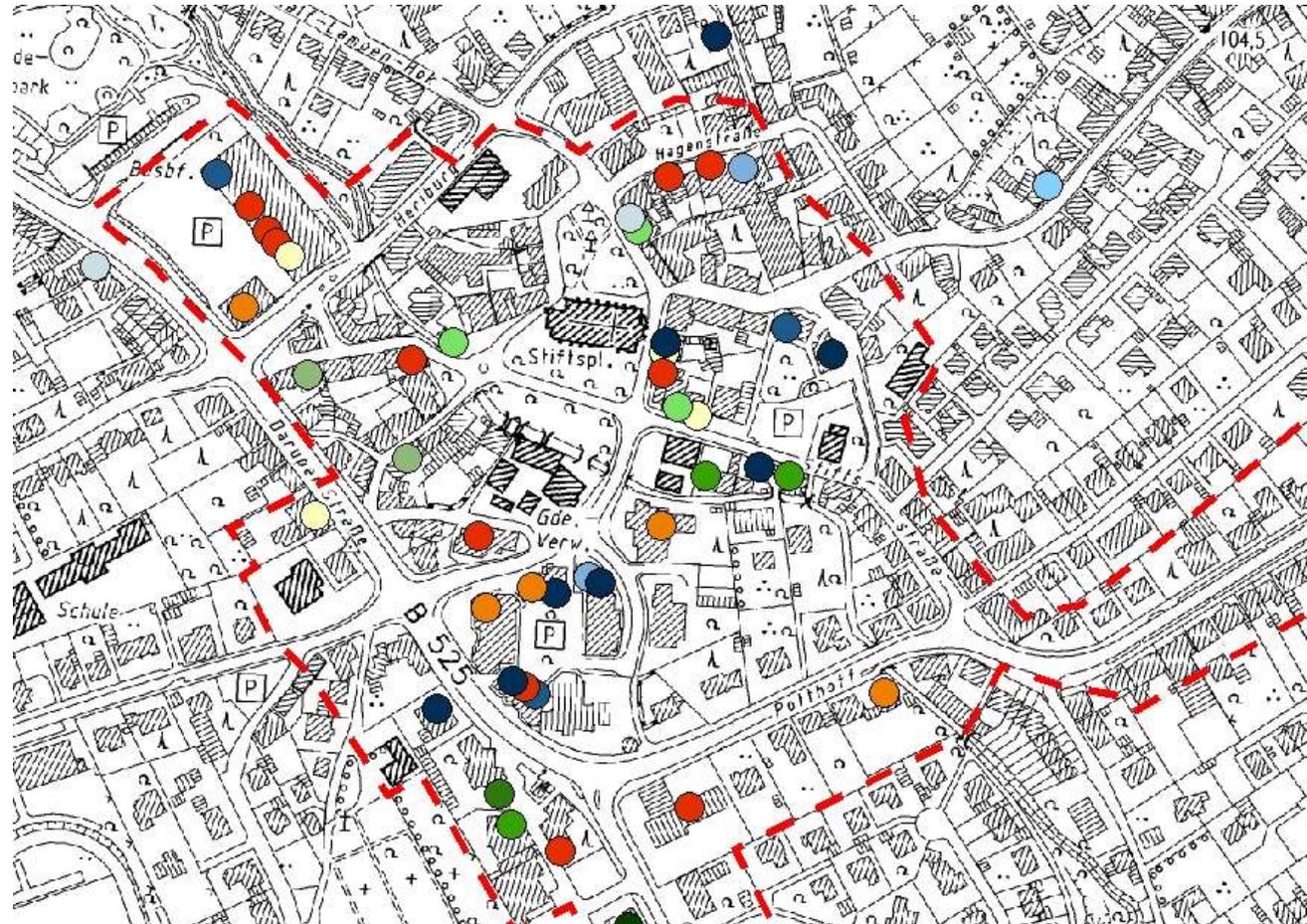
Mittelfristiger Bedarfsbereich

- Bekleidung
- Schuhe/ Lederwaren
- GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör
- Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente
- Sportartikel/ Fahrräder/ Camping
- Baumarktsortiment i.e.S.
- Pflanzen/ Gartenbedarf

Langfristiger Bedarfsbereich

- Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik
- Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz
- Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte
- Neue Medien/ Unterhaltungselektronik
- Uhren/ Schmuck
- Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche
- Möbel
- Sonstiges

 Zentraler Versorgungsbereich



Zentren- und Standortstruktur

Ortszentrum: Bewertung aus Kundensicht

„Gibt es Artikel oder Angebote, die Sie beim Einkauf im Ortszentrum Nottuln vermissen?“

| Vermisste Artikel oder Angebote (6 häufigste Nennungen; Mehrfachnennungen möglich) | | |
|---|-----------|------------|
| Passantenbefragung (n=424) | Nennungen | In Prozent |
| 1. Bekleidung | 276 | 51 % |
| 2. Qualitativ hochwertige Waren | 43 | 8 % |
| 3. Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente | 26 | 5 % |
| 4. Café/ Gastronomie | 22 | 4 % |
| 5. Kaufhaus/ Warenhaus | 21 | 4 % |
| 6. Schuhe/ Lederwaren | 16 | 3 % |
| Sonstiges | 135 | 25 % |

Quelle: Passantenbefragung durch Stadt + Handel 08/2014; n=424.

3. Strukturanalyse

3.1 Ortskerncheck

Empfehlungen potenzieller Angebotsformate

Aus dem Einzelhandelskonzept ergeben sich folgende absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen:

keine Potenziale für Neuansiedlungen, nur Arrondierungsspielräume in folgenden Sortimenten:

- Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken
- Blumen, zoologischer Bedarf
- PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher
- Baumarktsortiment i.e.S.
- Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente
- Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sichtschutz
- Neue Medien/ Unterhaltungselektronik

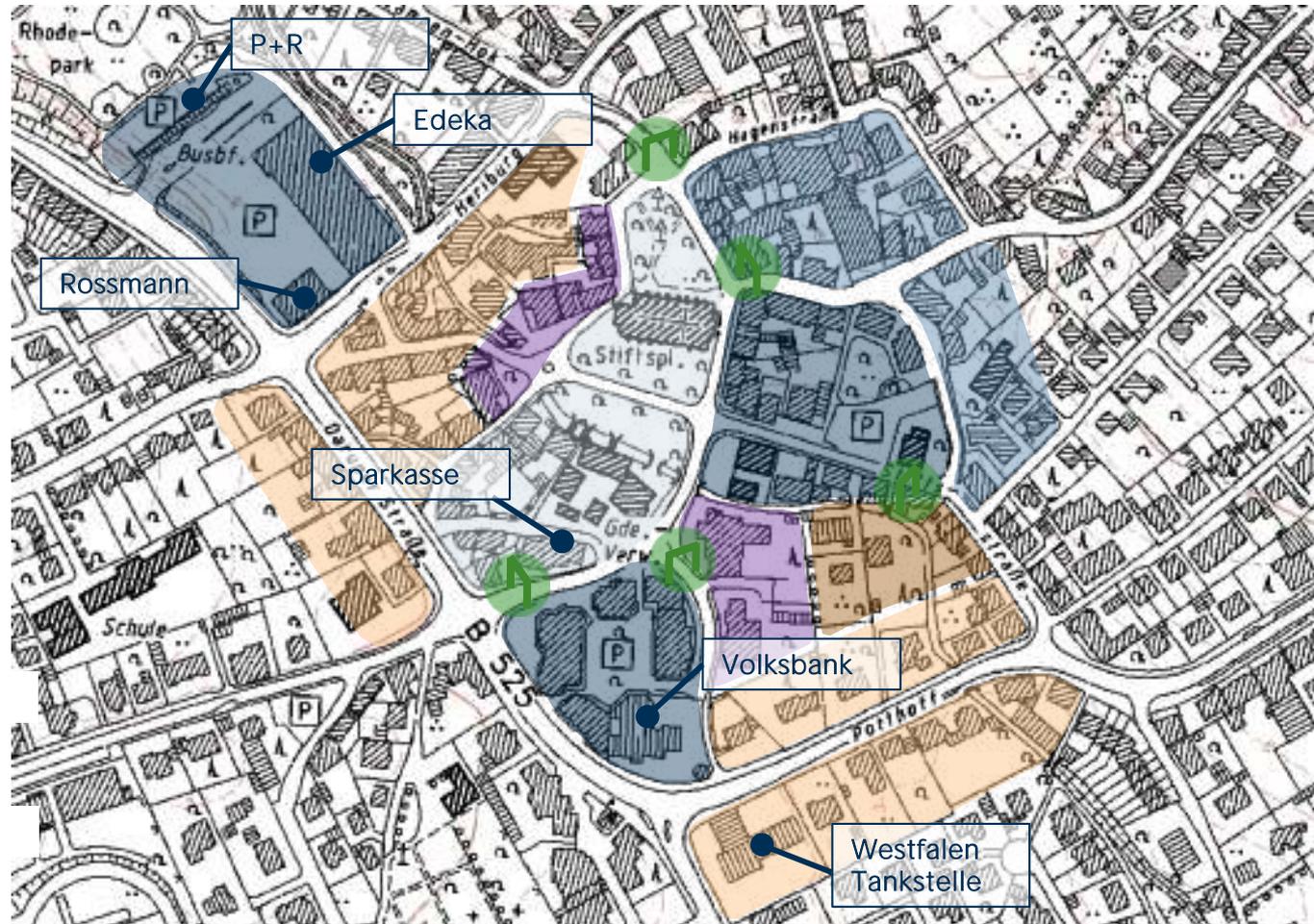
3. Strukturanalyse

3.1 Ortskerncheck

Zusammenfassung

Funktionen/ Lagen

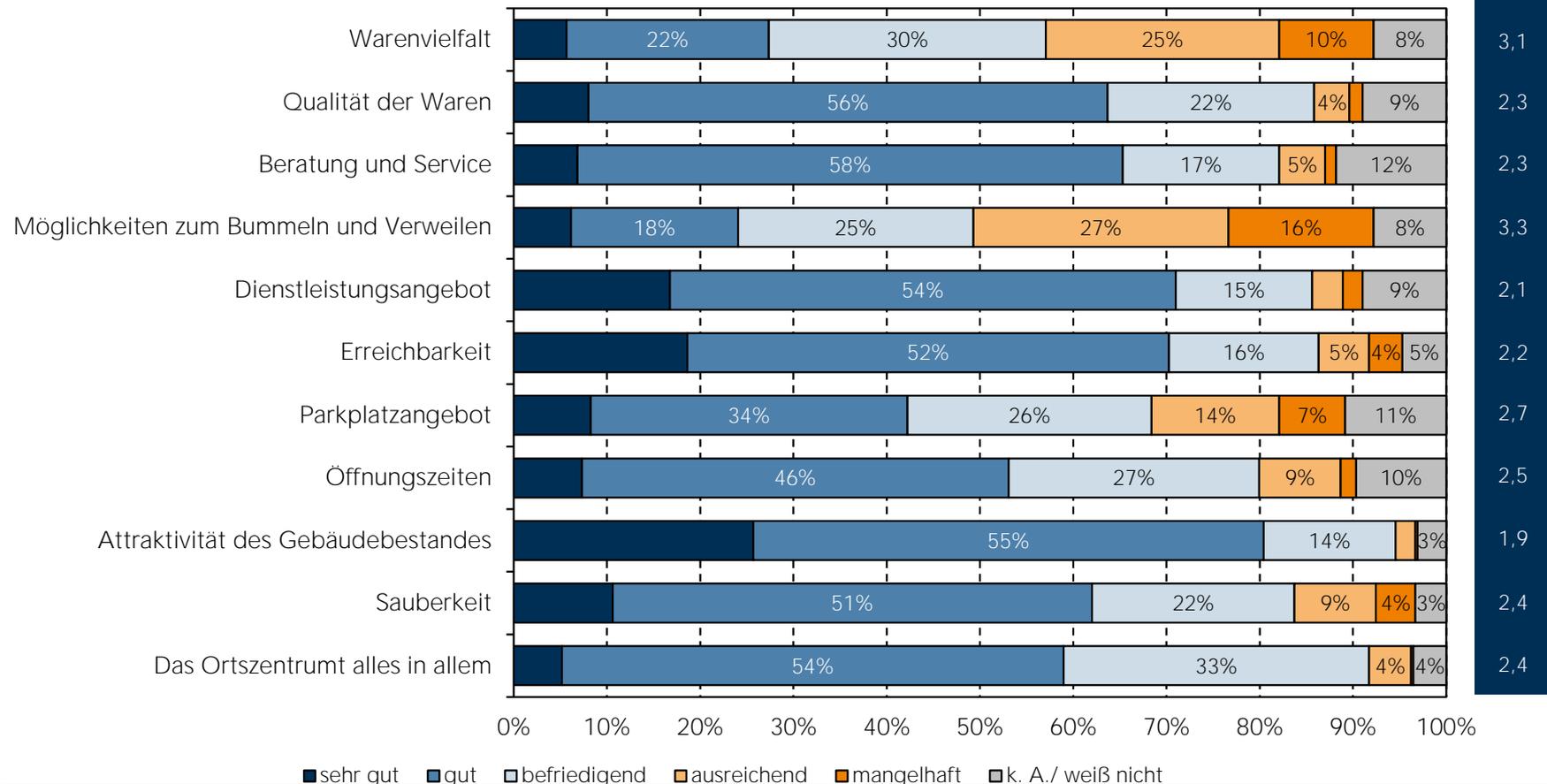
- Wohnen
- Randlage
- Verwaltung/ öffentlicher Raum
- Dienstleistung
- Einzelhandel
- Gastronomie
- Eingangsbereiche



Zentren- und Standortstruktur

Ortszentrum: Bewertung aus Kundensicht

„Ich nenne Ihnen jetzt einige Aspekte zum Ortszentrum Nottuln: Bitte geben Sie an, welche Schulnote von 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft) Sie hierfür vergeben würden.“



Quelle: Passantenbefragung durch Stadt + Handel 08/2014; n=424.

3. Strukturanalyse

3.3 SWOT – Gesamtbetrachtung „Ortskern Nottuln“

| Stärken | Schwächen |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebensmittelmarkt und Drogeriemarkt mit starker Magnetfunktion ▪ Keine Trading-Down-Effekte erkennbar ▪ Historischer Baubestand ▪ Keine Discountwaren, qualitativ hochwertiges Angebot ▪ kaufkraftstarke Bevölkerung ▪ individuelles Einzelhandelsangebot ▪ Wochenmarkt mit guter Vermarktung | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Leerstandserscheinungen ▪ innerstädtische Leitsortimente nicht stark ausgeprägt ▪ Magnete/Frequenzbringen nicht unmittelbar an den Stadtkern angebunden ▪ Angebotsvielfalt im Einzelhandel ▪ Keine durchgängigen Lauflagen ▪ mangelhafte Eingangssituationen in den Ortskern ▪ geringe Passantenfrequenzen ▪ unbelebte Plätze ▪ Nahversorgung z.T. aus Ortskern ausgegliedert ▪ übernimmt keine überregionale Versorgungsfunktion ▪ hoher Wettbewerbsdruck im Umland |
| Chancen | Risiken |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ beruhigte Verkehrsführung kann zu einer höheren Aufenthaltsqualität beföhren ▪ Flächenpotenzial zur Schaffung von öffentlichen Begegnungsräumen ▪ Vergrößerung des Wochenmarktes mit ebenfalls gesteigerte Vermarktung ▪ Flair, stadtspezifische Besonderheiten (Befragung) ▪ Besuchsgrund nicht nur auf den Einzelhandel zurückzuführen (Befragung) ▪ hohes Naherholungspotenzial | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Leerstandsquote erhöht sich durch Fortzug oder Geschäftsaufgabe, u.a. Nachfolgeproblematik ▪ Abwanderungen von Geschäften und Bevölkerung und damit vermehrt ausbleibende Passantenfrequenzen ▪ bei vermehrten Leerstandserscheinungen: Gefahr von Trading-down-Effekt ▪ Ortsumgehung kann Gelegenheitskunden aus dem Ort ziehen ▪ Möglichkeiten zum Bummeln fehlen (Befragung) |

Quelle: Stadt + Handel, Bestandserhebung und eigene Berechnungen im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes 2014

Gliederung

1. Einführung
2. Trends im Einzelhandel
 - 2.1 branchenspezifische Trends
 - 2.2 Bedeutung für die Gemeinde Nottuln
3. Analyse
 - 3.1 Ortskerncheck
 - 3.2 Angebotsanalyse von Magnetanbietern
 - 3.3 SWOT
4. Leitsatz und Zielsystem (Handlungsfelder)
5. Strategiefindung
6. Maßnahmenempfehlungen

4. Zielsystem

Leitsatz

Qualität statt Quantität

- die inneren Werte zählen –

...

4. Zielsystem

Ziel für den Ortskern Nottuln

In dem Ortskern von Nottuln einkaufen bedeutet Qualität kaufen.

Ob Tourist, Besucher, Kunde oder Bewohner in dem Ortskern von Nottuln fühlen sich alle wohl.

Der Ortskern von Nottuln bietet alles was gebraucht wird.

In dem Ortskern von Nottuln ist Einkaufen mit außergewöhnlichem Service und Qualität verbunden.

In dem Ortskern von Nottuln gibt es ein starkes Netzwerk örtlicher Gewerbetreibende .

Informationen über den Ortskern von Nottuln sind leicht und überall verfügbar.

Der Ortskern von Nottuln sollte sich durch eine gezielte Ausrichtung auf Qualität in den Bereichen Angebot, Service, Ort der Begegnung, etc. von anderen Städten im Umland absetzen.

4. Zielsystem

Ziel für den Ortskern Nottuln

Internetpräsenz

Leistungen aktiv vermarkten

Kommunikation

Individuelle Konzepte

Alleinstellungsmerkmal

Kundenbindung

Erlebnis und Events

Service und Beratung

4. Zielsystem

Ziel für den Ortskern Nottuln

Im Prozess der Ortskernentwicklung wird zwar in diesem Konzept der Fokus auf die Einzelhandelsentwicklung gelegt, allerdings sollten andere Faktoren wie Tourismus, Kultur, Stadtgestaltung und eine Funktion als Begegnungsort für Generationen immer mit in die Betrachtung einbezogen werden.

Eine optimale Funktionsvielfalt sichert und stärkt den Kern und bildet einen Grund für Bewohner und Besucher zu kommen und zu verweilen.

Neben den folgenden Empfehlungen gilt es also, die weiteren Handlungsfelder, **welche bereits in der Planungswerkstatt „Ortskern Nottuln 2025“** ausgearbeitet wurden, weiterzuentwickeln und dementsprechend zu stärken.

Ziel ist es, die vorhandenen Stärken auszubauen und diese zu vermarkten!

Gliederung

1. Einführung
2. Trends im Einzelhandel
 - 2.1 branchenspezifische Trends
 - 2.2 Bedeutung für die Gemeinde Nottuln
3. Analyse
 - 3.1 Ortskerncheck
 - 3.2 Angebotsanalyse von Magnetanbietern
 - 3.3 SWOT
4. Zielsystem und Leitsatz (Handlungsfelder)
5. Strategiefindung
6. Maßnahmenempfehlungen

5. Strategiefindung

Aus den entwickelten Zielen können folgende Handlungsfelder für die Förderung des Einzelhandels im Ortskerns abgeleitet werden:

Aufenthalts-
qualität

Funktions-
vielfalt

Einzelhandels-
qualität
(Angebot und
Außen-
darstellung)

Standort

Marketing

5. Strategiefindung

Handlungsfeld

Strategie

Aufenthalts-
qualität

Standortbewusstsein bei Akteuren des Ortskerns wecken

Einheitliches Erscheinungsbild

Verweildauer verlängern

Neue Medien mit in die (Außen-)Darstellung einbeziehen

besondere Angebote vermarkten

5. Strategiefindung

Handlungsfeld

Strategie

Funktions-
vielfalt

neue Flächen bereitstellen

Einzelhandel aus Leitbranchen und mit hoher Qualität ansiedeln

Funktionsänderungen in Nebenlagen in Betracht ziehen

Wegebeziehungen zwischen den Geschäften schaffen

Einzelhandelsangebot mit Zielen verknüpfen

5. Strategiefindung

Handlungsfeld

Strategie

| | |
|----------------------------|--|
| Einzelhandels- qualität | Einzelhandel aus Leitbranchen und mit hoher Qualität ansiedeln |
| | einheitliche Öffnungszeiten im Kernort |
| | Außen- und Warenpräsentation verbessern |
| | Kundenbindung erhöhen |
| | Weiterbildungsangebote für Einzelhändler |

5. Strategiefindung

Handlungsfeld

Strategie

| | |
|----------|--|
| Standort | Netzwerk zwischen Gewerbetreibenden aufbauen |
| | Nachfolgemöglichkeiten frühzeitig eruieren |
| | Standort Ortskern vermarkten |

5. Strategiefindung

Handlungsfeld

Strategie

| Handlungsfeld | Strategie |
|---------------|--|
| Marketing | Zielgruppenbedienung im Einzelhandel |
| | Individualität des Ortskerns nach außen tragen |
| | Instrumente zur Kundenbindung etablieren |
| | vielfältige Marketingkanäle bespielen (online – offline) |

Gliederung

1. Einführung
2. Trends im Einzelhandel
 - 2.1 branchenspezifische Trends
 - 2.2 Bedeutung für die Gemeinde Nottuln
3. Analyse
 - 3.1 Ortskerncheck
 - 3.2 Angebotsanalyse von Magnetanbietern
 - 3.3 SWOT
4. Zielsystem und Leitsatz (Handlungsfelder)
5. Strategiefindung
6. Maßnahmenempfehlungen

6. Maßnahmenempfehlungen – Inhaltsverzeichnis

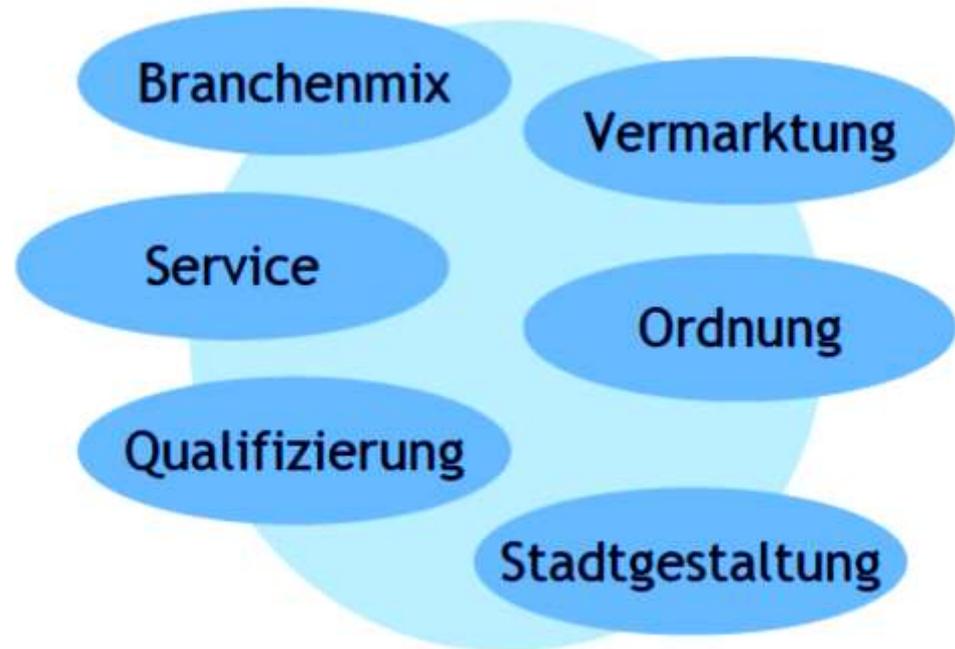
| Aufenthalts- qualität | Funktions- vielfalt | Einzelhandels- qualität | Standort | Marketing |
|----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------|------------------------------------|
| Gründung einer ISG | Bodenprints | Schaufensterwettbewerb | Nachfolger- netzwerk | Themenwoche |
| Marketing für Veranstaltungen | Informationspunkt | City Garderobe | Unternehmer- frühstück | Informations- broschüre |
| W-Lan im öffentlichen Raum | Wohnnutzung im Süden etablieren | Wohlfühlshoppen | | Werbe- und Marketingprodukte |
| Gestaltungssatzung | Flächen für Neuansiedlung | Weiterbildungs- angebot | | Einkaufsführer „Qualitätsroute“ |
| Marktfrühstück | Wunschliste | Kernöffnungszeiten | | |
| Rad - WG | | Ansiedlung von Facheinzelhandel | | |
| Stadtmobiliar | | | | |

6. Maßnahmenempfehlung

Beispiele



Mögliche Arbeitsfelder ISG



6. Maßnahmenempfehlung

Beispiele



6. Maßnahmenempfehlung

Beispiele



6. Maßnahmenempfehlung

Beispiele



Quelle: Stadt + Handel, Arne Blase (2007):
Nahmobilität und Stadterlebnis, München.

6. Maßnahmenempfehlung

Beispiele



6. Maßnahmenempfehlung

Beispiele



6. Maßnahmenempfehlung

Beispiele

QUALITÄTSROUTE

DORTMUND

Start über Qualität 32 Volltreffer Aktionen mein Q!



EINKAUFEN IM INHABERGEFÜHRTEN FACHHANDEL

AKTUELLES



Verlosung aus Q-Kalender: Dezember 2014

Und wieder gab es schöne Präsente der Qualitätsroute-Geschäfte zu gewinnen ... [weiterlesen](#)



Orangene Q-Menschen unterwegs beim verkaufsoffenen Sonntag ...

Und wieder mäanderten unsere „Orangenen Q-Menschen“ durch die Dortmunder Innenstadt, um am verkaufsoffenen Sonntag am 7. Dezember die beliebten Qualitätsroute-Postkarten zu verteilen, gute Laune inklusive! ... [weiterlesen](#)

Zu Weihnachten verschenken: Q-Gutscheine

Quelle: Website Qualitätsroute Dortmund

6. Maßnahmenempfehlungen

Empfehlungen potenzieller Angebotsformate im Einzelhandel

Neben dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen aus dem Einzelhandelskonzept, aus vorhergehenden Analysen und vor dem Hintergrund kleiner Flächengrößen, ergeben sich folgende potenzielle Ergänzungsbereiche für die Angebotsvielfalt

- hochwertiger, inhabergeführter Bekleidungseinzelhandel
- Kosmetikstudios – Facheinzelhandel
- gesundheitsbezogene Produkte
- Bioprodukte
- Feinkost/ Delikatessen
- regionale Produkte
- ausgefallene Öle/ Artikel vom Fass
- Kaffeerösterei
- Bastler- und Künstlerbedarf
- hochwertige Lederwaren

Vielen Dank für Ihr Interesse!

Stadt + Handel

Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhler GbR

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

www.stadt-handel.de

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Markt 9

04109 Leipzig

