GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Einzelhandel on-off
Welche Handlungsmöglichkeiten bleiben den Kommunen?

13. Juni 2016

Dr. Stefan Holl

Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH.
Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. © GMA

Agenda

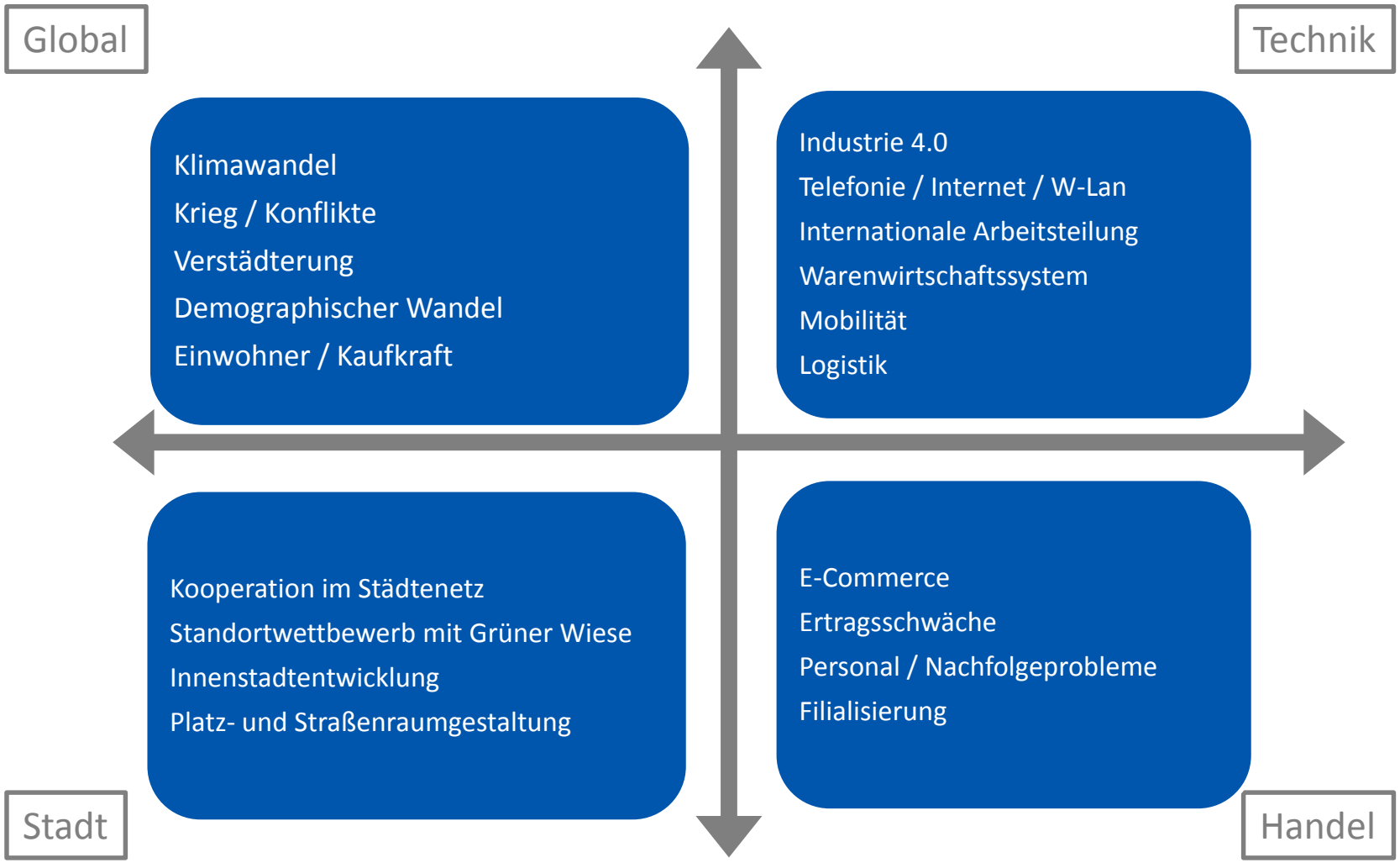
1. Rahmenbedingungen der Handelsentwicklung

2. Wettbewerb und Zeit

3. Handlungsmöglichkeiten der Kommunen

4. Der integrierte Ansatz

1.1 Die Rahmenbedingungen der Stadtentwicklung…



1.1 …waren noch nie so gut
Kaufkraft: stetes Wachstum

Entgelterhöhung: Wie viel in der deutschen Wirtschaft ankommt

Lesebeispiel: Von einer Entgelterhöhung um 100 Euro gibt ein Single im Schnitt 28 Euro für inländische Konsumgüter aus

im Jahr 2016
in Euro

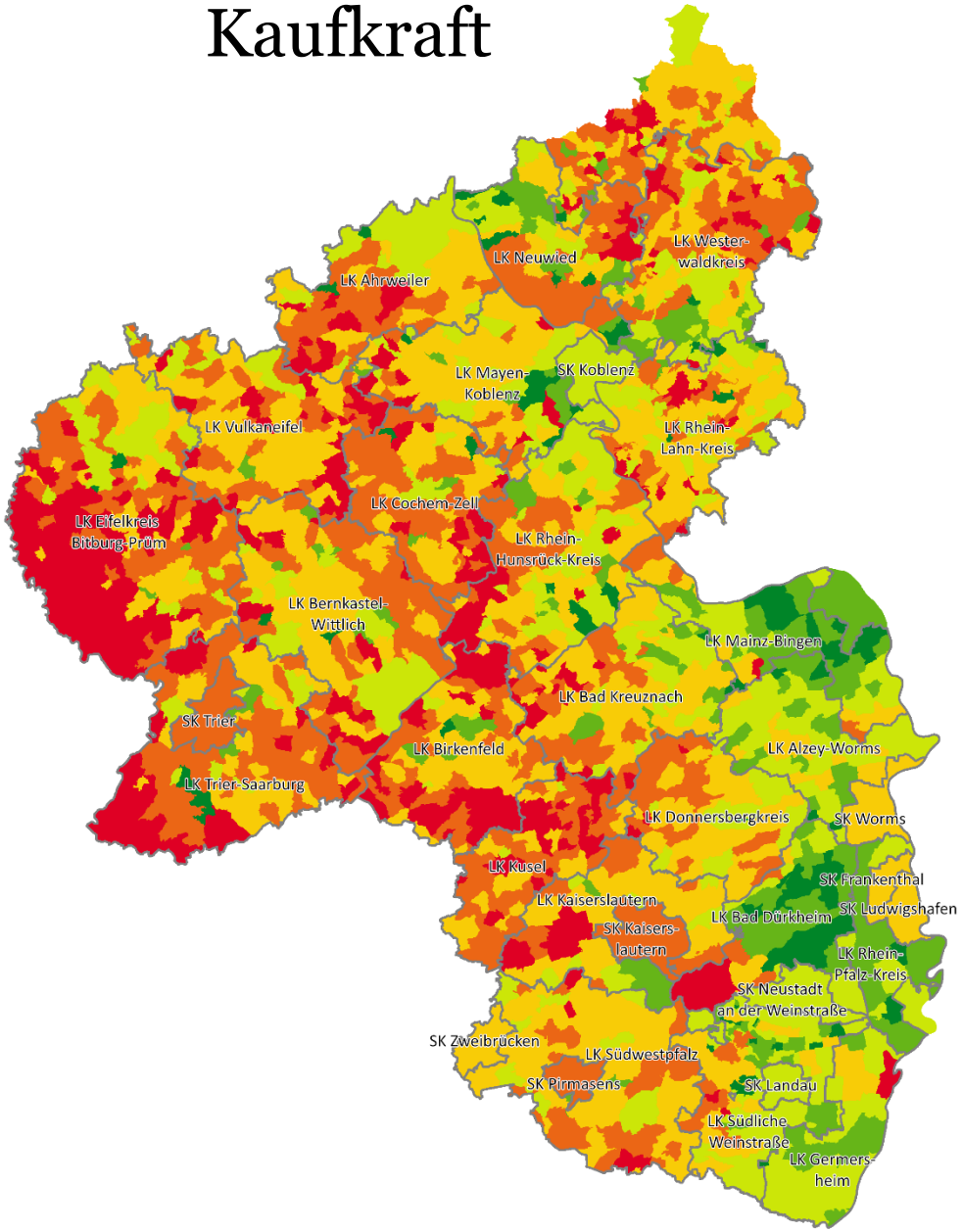
	Verheiratet, 2 Kinder	Single
Bruttolohnerhöhung	100	100
− Lohnsteuer, Kirchensteuer, Soli	22,20	29,60
− Sozialbeiträge der Arbeitnehmer	20,40	19,60
= **Nettolohnerhöhung**	57,40	50,90
− Ersparnis	5,60	4,90
− Konsum von Importwaren	20,30	18,00
= **Nachfrageplus nach inländischen Konsumgütern**	31,60	28,00

Annahmen: Bruttomonatsverdienst nach Erhöhung von 2.810 Euro; Single kinderlos ab einem Alter von 23 Jahren; Ursprungsdaten: Bundesministerium der Finanzen, Statistisches Bundesamt

© 2016 IW Medien
iwd 17 · Foto: MEV

Institut der deutschen Wirtschaft Köln

1.2 Regionale Unterschiede bei der Kaufkraft

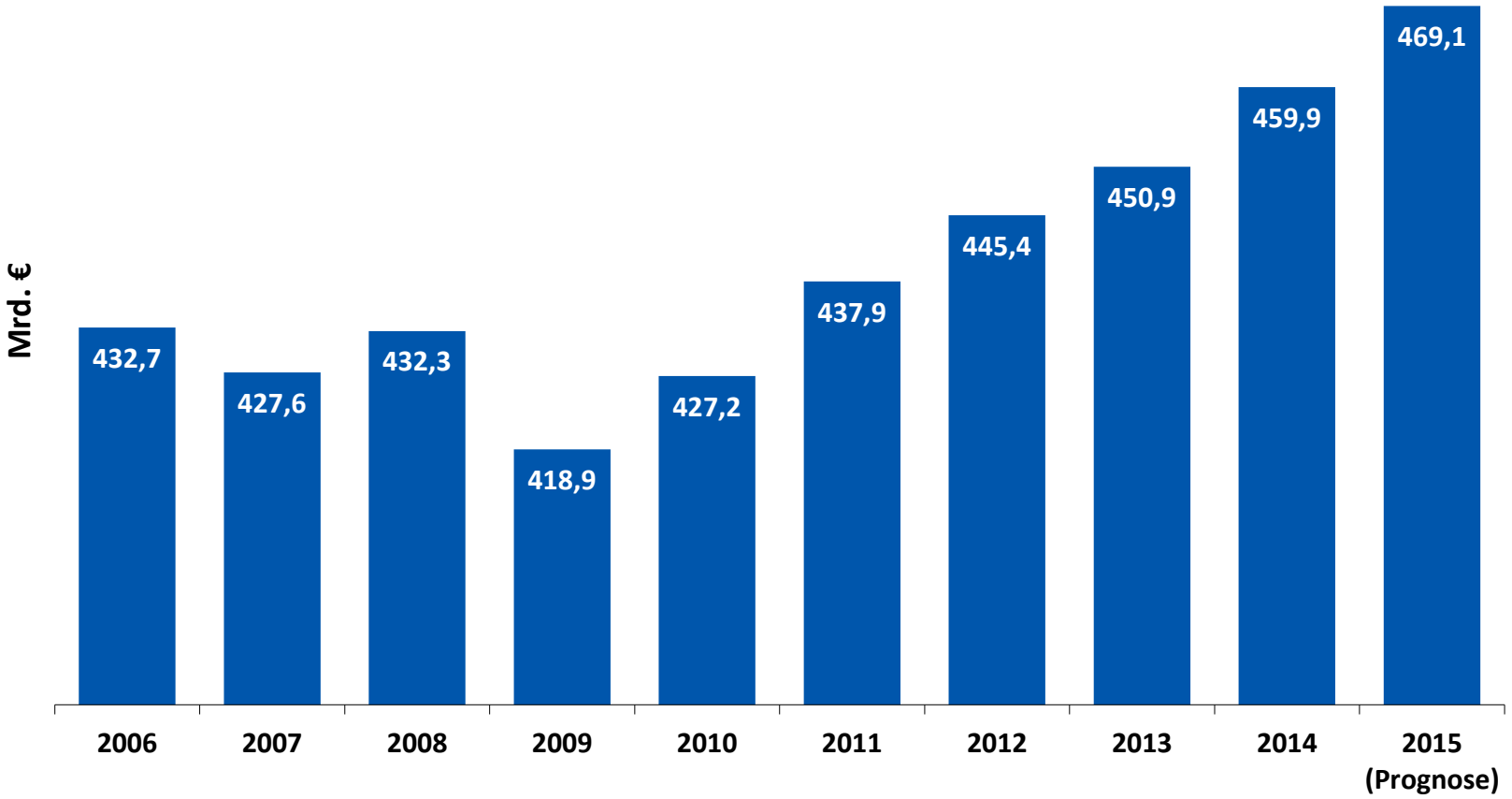


Kaufkraftindex 2016

- über 110
- 105 bis 110
- 100 bis 105
- 95 bis 100
- 90 bis 95
- unter 90

Quelle: MB Research, Nürnberg 2016

1.5 Der stationäre Handel hat insgesamt keinen Umsatz verloren

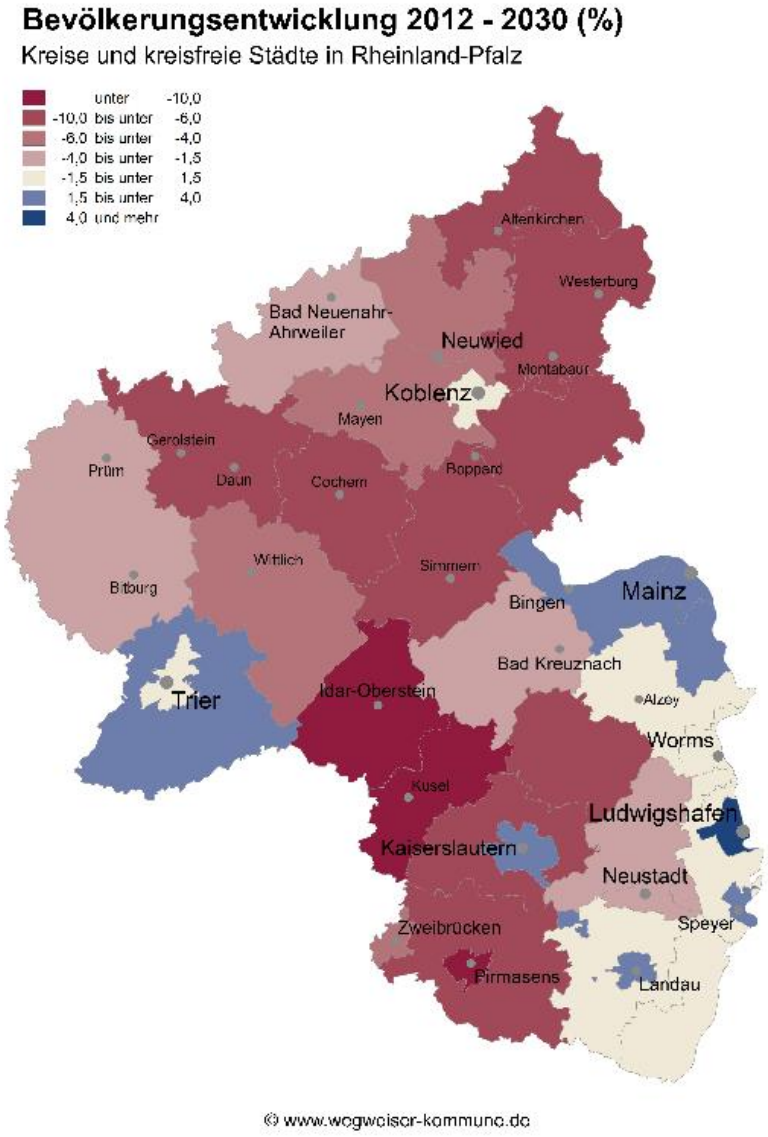


Umsatzentwicklung netto in Mrd. € im deutschen Einzelhandel

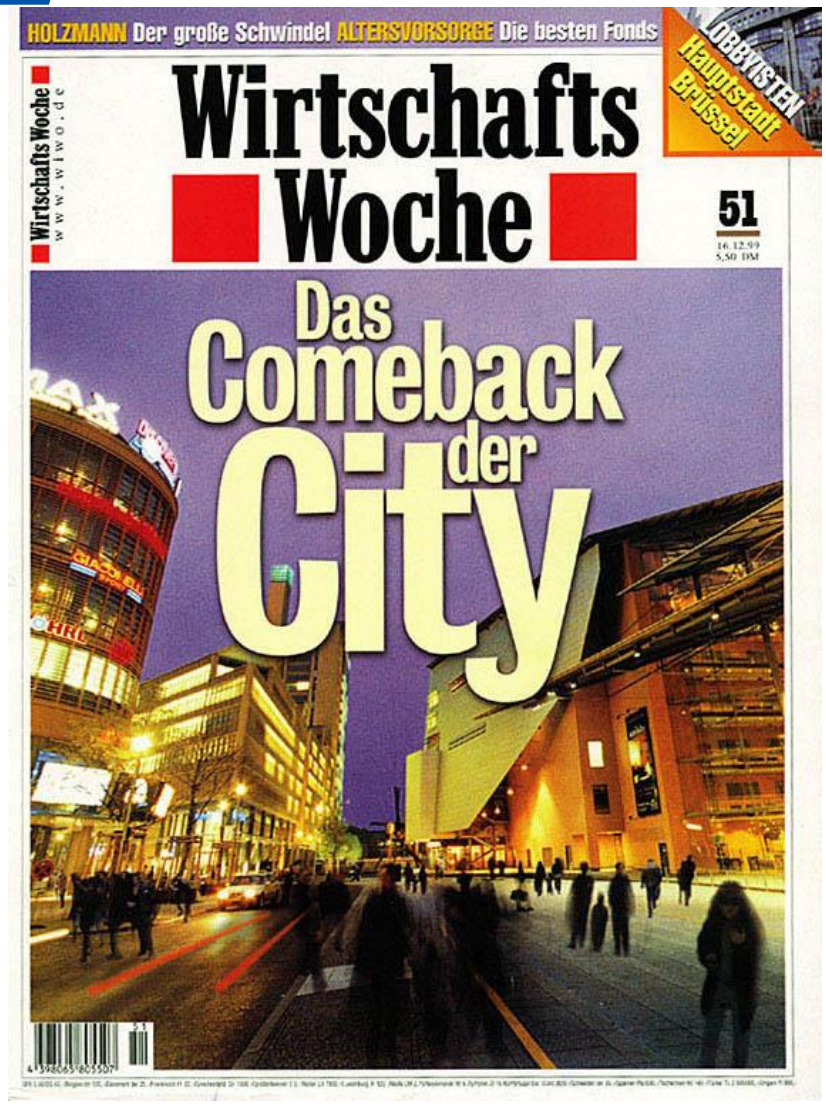
1.6 Wir sagen: Innenstadt und Einkauf bleiben weiterhin verknüpft

Kaum kleinere Haupteinkaufsbereiche –
Rolltreppenkrankheit der gestapelten Fläche

2.1 Wettbewerb der Prognosen: Bevölkerungsentwicklung



2.4 Der Wettbewerb der Städte …



… die großen helfen sich selbst, die kleinen …

3.1 Gesucht sind richtige Lösungen, nur etwa die Hälfte führt zum Erfolg…

… kennen Sie noch Ihre Stadtkarte?

3.2 Handlungsansatz online-City und: Ihre dabei;-)

3.3 Wichtig ist das Zusammenwirken …

„Während meine Frau Schuhe kauft, genieße ich mit meinen Kindern den Spielplatz!"

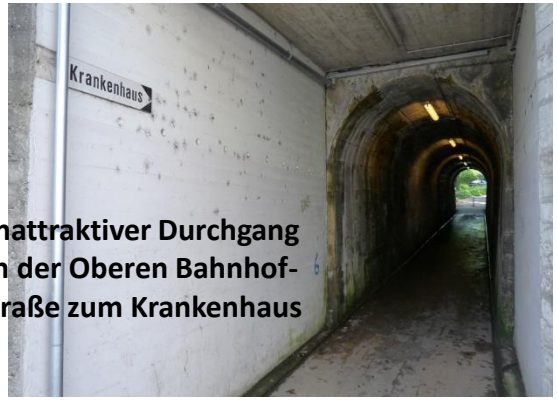
Eckehard Mosler, Weil im Schönbuch

… des Gesamtstandortes

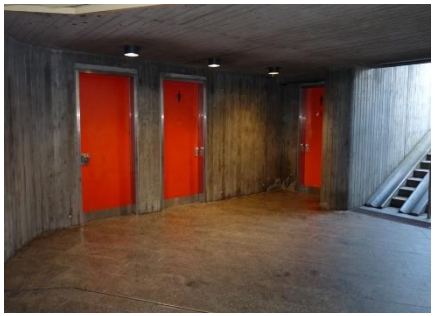
3.4 Stadtraum: So sieht‘s aus …

veraltetes Stadtmobiliar am Schillerplatz

vereinzelt verdrecktes Gebäude / Stadtmobiliar, „Pinkelecke“



unattraktiver Durchgang an der Oberen Bahnhofstraße zum Krankenhaus



regelmäßige Aktualisierung der ansonsten sehr gut lesbaren Hinweisschilder

trotz fester Anlieferzeiten Lieferverkehr zu Zeiten, wo die Stadt belebt ist (hier: 11 - 12 Uhr)

zwar ein paar Spielgeräte vorhanden, aber wenig abwechslungsreich

3.4 Stadtraum: So könnte es aussehen …

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

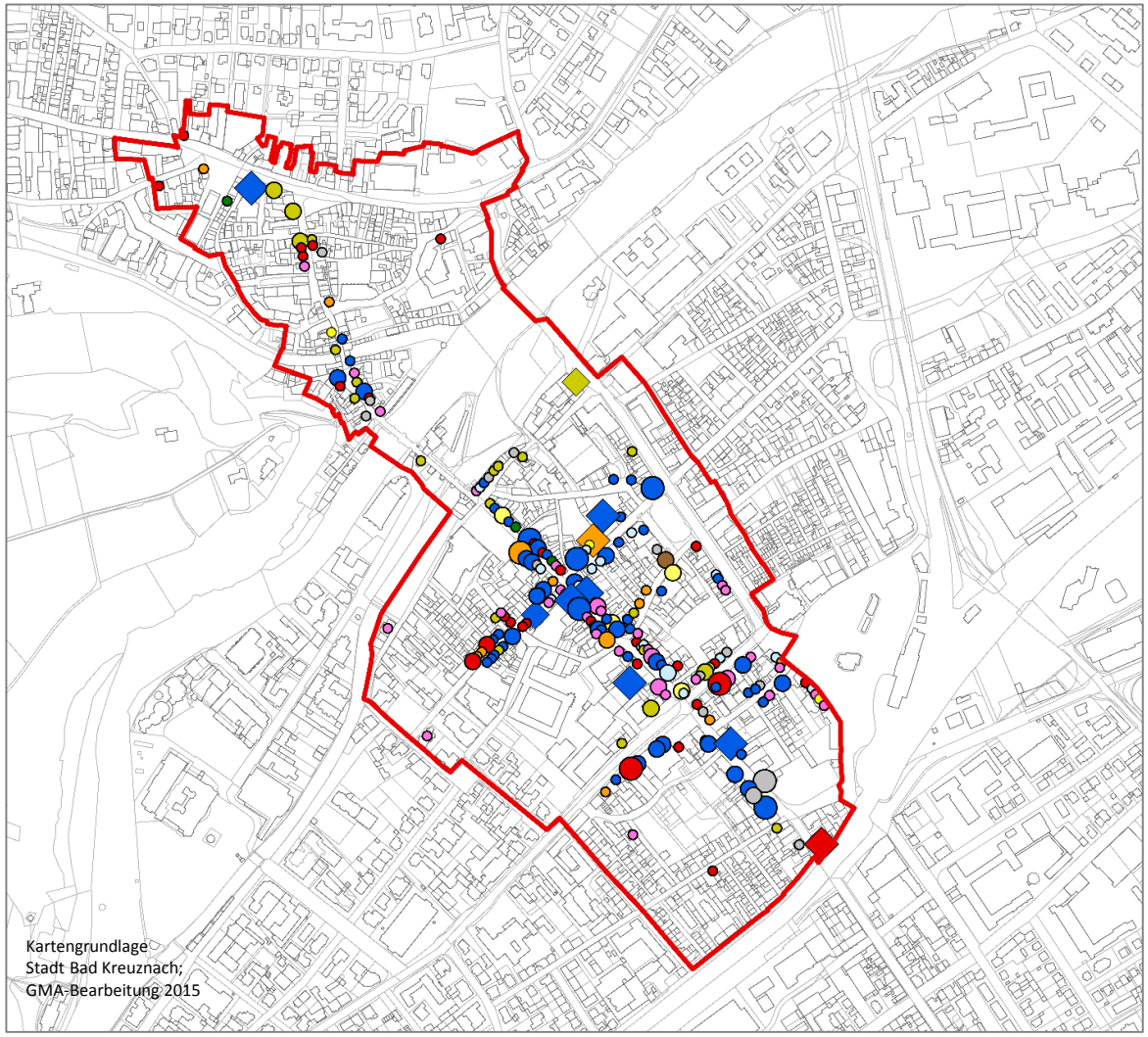
3.5 Bodenbeläge: So sieht‘s aus …

3.5 Platzgestaltung: So könnte es aussehen…

3.6 Gebäude: So könnte es aussehen …

3.9 Zentrale Versorgungsbereich

Einzelhandelsbestand und Strukturen 2015



Zentraler Versorgungsbereich

Größenklassen

- über 1.500 m² VK
- 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerker-bedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

3.10 Genauso wichtig:

Innerstädtische Einzelhandelslagen Bad Kreuznach

Setzung von räumlichen Schwerpunkten

3.14 Einkaufszentren lösen nicht jedes Problem, aber….

… Kunden nehmen nur größere Angebotsergänzungen wahr

3.15 Befragungen zeigen deutlich: Gastronomie …

… ist Frequenzbringer für Innenstadt

Quelle: Bürgerbefragung GMA 2015 (2.857 Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

3.16 Behalten Sie Ihre Immobilien im Auge!

Zusammenlegung von Geschäftsräumen

Konditionen

Abstimmung von Immobilieneigentümern

Empfehlung 2: Erfolg planen: Profil schlägt Aktionismus

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

- Machen sie nicht bei jedem Trend mit!
- Machen Sie nicht automatisch was alle machen, machen Sie das, was zu Ihnen passt!
- Betreiben Sie Ihre Kundenbindung strategisch!
- Penetrieren Sie Ihre Märkte regelmäßig!
- Reiten Sie keine toten Pferde!
- Nutzen Sie die Vorteile der Kleinstadt und des Überschaubaren!

Empfehlung 7: Alleinstellungsmerkmal erkennen…

Weltweit wird um
r des Germanwings-
bsturzes getrauert. Und das
Großhandelsunternehmen Me-
tro bietet Flugzeug-Sitze aus
einem Airbus A320 im Ausver-
kauf an: In einer Dresdner Fili-
ale für 839,50 statt 1425 Euro.
Laut Zertifikat sind es Origi-
nalsitze, die „auf vielen inner-
europäischen Strecken" geflo-
gen sind. Ein Metro-Sprecher
zu BILD: „Es sind Restbestän-
de aus dem vergangenen Jahr.
Es tut uns leid. Wir werden die
Sitzreihen sofort aus dem Ver-
kauf nehmen." (lsc)

tzreihe
gab's im
Angebot für
839,50 Euro

Praxen von Lubitz' Ärzten durchsucht

Düsseldorf – Die Staatsanwaltschaft hat mindestens fünf Arztpraxen durchsucht, bei denen Andreas Lubitz (27) vorstellig wurde, darunter Praxen für Neurologie und Psychiatrie. Das berichtet der „Spiegel". „Für einen jungen Mann hat er eine erstaunliche Anzahl von Ärzten konsultiert", zitiert der „Spiegel" Ermittlerkreise.

Städtische Markenbildung als Beispiele

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Kelheim
Stadt im Fluss

neuwied
HERZLICH WILLKOMMEN

KOBLENZ
VERBINDET.

TRIER

Fazit

- Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind gut.
- Der Wettbewerb kommt in jede Ritze, Wettbewerb war immer eine Grundlage der Entwicklung.
- Bei ganzheitlicher Betrachtung haben die Städte viele Möglichkeiten, ihre Attraktivität trotz Online-Handel auszubauen
- Die Stadt 4.0 kommt langsamer, als viele uns glauben machen wollen.
- Für die Städte ist das Gemeinwohl entscheidend; einseitig durchgedrückte Partikularinteressen spalten die Stadtgesellschaft.