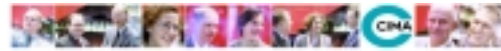


**Lebenswerte Städte -
Modellprojekte innerörtlichen Einzelhandels**

3. Kaiserslauterner Forum:
Einzelhandel - eine Herausforderung für Stadt und Region
Kaiserslautern, 07. November 2002

Michael Karutz, CIMA GmbH, Büro Bonn

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
CIMA GmbH Büro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



[Verlust an Stadtkultur]



Mega-Trends in drei Jahrzehnten:

70er Delokalisierung

Auflösung der Einheit des Ortes: Arbeiten - Versorgen - Wohnen

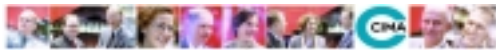
80er Mobilität

Das Zentrum verliert an Bedeutung

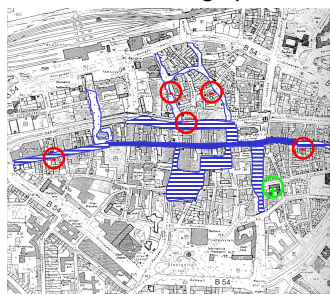
90er Virtualität

Auflösung der Einheit von Zeit und Ort: Kunstwelten entstehen

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
CIMA GmbH Büro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



[Standort - und Lagequalitäten unterliegen Wandel]



Beispiel Dortmund:

Konzentration der Einkaufslagen

Rückzug der Warenhäuser in den 60er und 70er Jahren

Stärkere Discounterorientierung in den Randlagen

Entwicklung neuer Standorte mit Zielgruppenorientierung in der Qualität

■ A-Lage ■ B-Lage □ Streu- und Randlagen

(Kartengrundlage: Landesvermessungsamt NRW: DGK 1:5000)

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
CIMA GmbH Büro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



[Standortdynamik in Mittelstädten]

Zunahme von Ladenleerständen, auch in zentralen Lagen

Verlust von Magnetbetrieben (Rückzug der Warenhäuser)

Discountorientierte Fachmärkte ersetzen Kaufhäuser

Investitionsstau im örtlichen Facheinzelhandel

Rückzug des Einzelhandels aus Randlagen



**Abnehmende Zentralität
Verschärfter Problemdruck**

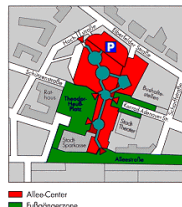
[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
CIMA GmbH Büro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



**[Allee Center Remscheid: Andocken an die Innenstadt:
Einfassung des zentralen Stadtplatzes vor dem Rathaus]**



Quelle der Abbildungen: ECE, www.ece.de



Optimale stadträumliche Integration; Schaffung attraktiver Magnete mit Anbindung an die Haupteinkaufslage

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
CIMA GmbH Büro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



**[Allee Center Hamm: Anbindungsdefizite
Konkurrenz für etablierte Lagen]**



Quelle der Abbildungen: ECE, www.ece.de





Fehlende unmittelbare Anbindung begrenzt Impulse für etablierte Lagen

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
CIMA GmbH Büro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

[Basel II - eine Herausforderung für Innenstadt-konzepte]

25.000 m² Verkaufsfläche
 2-4 großflächige Magnete
 Parkplätze
 Erreichbarkeit IV / ÖPNV
 Bevölkerungspotenzial:
 500.000 Ew. im Einzugsbereich

Zu wenig Verkaufsfläche
 Vision nicht vermittelbar
 Multifunktionalität mindert langfristige Renditeperspektive
 Grundsätzliche Skepsis bei Einbindung von Rand- oder gar Problemlagen

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

[Solingen: Vom Mühlenplatz zu den Clemens-Galerien]

Aufnahme stadträumlicher Strukturen
 Hohes Maß an Multifunktionalität






Quelle: Stadt Solingen: www.solingen.de
 [Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

[Beursplein, Rotterdam: Städtebauliche Herausforderung angenommen]




Überwindung Barriere Hauptverkehrsachse
 Höchste Umsätze und Frequenzen auf -1 Ebene

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de




[Quartiersentwicklung statt Centerentwicklung z. B. Osnabrück]

14.000 m² Einzelhandel
 (Unterhaltungselektronik als Ankermieter)
 Gastronomie
 Büronutzungen
 Einige wenige attraktive Wohnungen



[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

[Quartiersentwicklung Osnabrück]






[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

[Vernetzungspotenziale innerstädtischer Einzelhandelsimmobilien: Schlösse Galerie Pforzheim]



[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



[Beurteilungskriterien für optimale Vernetzungen]
 Unmittelbares Andocken an die A-Lagen


Durchflutung des Objektes von Passantenströmen oder Kreuzung von etablierten „Wegen in der Stadt“

Aktivierung von Rundläufen in stärksten Lageabschnitten

Ggf. Einbezug etablierter „Quartiere“, Zieleinkaufslagen

Multifunktionalität im Objekt

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



[Auswirkungen von Projektentwicklungen - einige Erfahrungswerte]

1. Je komplementärer und leistungsfähiger der Branchenmix umso geringer sind die Umsatzverlagerungen vom örtlichen Einzelhandel und umso höhere Kaufkraftzuflüsse können generiert werden
2. Umsatzverlagerungseffekte aus dem innerstädtischen Haupteinkaufsbereich bewegen sich zwischen 20 % und 50 % der Umsatz- erwartung eines Projektvorhabens
3. Leistungsfähige Projekte mit deutlichem Zentralitätsgewinn realisieren 35 % bis 50 % der Umsatzerwartung aus dem Einzugsbereich
4. Relative Umsatzverlagerungen sind standortspezifisch und warengruppenspezifisch zu bewerten
 → Verträglichkeitsschwelle zwischen 7 % und 15 %

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



[Die Chance: Die City als Bühne des Erlebniseinkaufs !]



Plätze bespielen
 Kulissen nutzen
 Die Stadt in Szene setzen
 Spannende Drehbücher umsetzen
 Geschichten schreiben



Erlebnis und Abenteuer in der Stadt durch Immobilien und Qualität in der Stadtentwicklung definieren
 = Fundament für erfolgreiche Innenstadtkonzepte

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



[Lagestruktur und Lagequalität der Poststraße]



Sortimentsniveau ¹ :	1,9
Gestaltungsniveau ² :	2,1
Schwerpunktsortiment ³ :	70% Bekleidung
Gesamtverkaufsfläche ⁴ :	15.000 m ²
Einzelhandelsdichte ⁵ :	0,92

Bemerkungen (Stärken bzw. Potenziale):
Einsteckern von Billiganbietern in Nähe „Bonner Loch“ wirkt sich negativ auf die insgesamt durch KARSTADT attraktivierte Einkaufslage aus; Warenpräsentation im Straßenraum verbesserungsfähig

¹ Durchschnitt der Einzelbewertungen Sortimentsniveau / Zielgruppenorientierung von 1-3;
² Durchschnitt der Bewertungen Ladengestaltung von 1-3;
³ Sortimentsbereich mit dem höchsten Verkaufsflächenanteil an der Gesamtverkaufsfläche der Lage
⁴ Gesamtverkaufsfläche im Lageabschnitt
⁵ Anzahl der Einzelhandelsbetriebe / Anzahl der Einzeladressen innerhalb der Lage

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



[Die Chancen von Quartieren bleiben oftmals ungenutzt !]
 Beispiel: Bonn Friedrichstraße



Zielgruppenorientierte Konsumlage

Standort spezialisierten Landenhandwerks

Altes „bönnsches“ Gewerbe

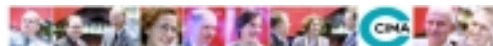
Von mehreren Punkten der City die Alternative für einen Abstecher

Auf das konkrete Drehbuch kommt es an !



Qualitäten und Chancen in Citykonzepten definieren

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



[Standorte und Kundenwünsche]
 („Drehbücher im Kopf“ zum Erlebnis Stadtraum)



Abendbesucher: Entertainment und Gastronomie

Motivation: Entspannung und Erlebnis gezielter Besuch kultureller Veranstaltungen und / oder Restaurants

Nachfrage: Szenegastronomie, erfolgreiche Systemgastronomie; Spitzenrestaurants, Kleinkunst, Theater, Oper, Konzert

Check Standortpotenziale:
 Identifikation entsprechender Stadtquartiere; Kulturpolitik überprüfen, Entwicklungspotenziale Gastronomie benennen

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

[Standorte und Kundenwünsche II]
 („Drehbücher im Kopf“ zum Erlebnis Stadtraum)]

Wochenendbesucher mit Qualitätsorientierung

Motivation: *Entspanntes Einkaufen ohne Entscheidungsdruck; Einkauf ist Teil der Freizeitgestaltung kein fest geplanter Einkaufsverlauf*

Nachfrage: *entspanntes Recherchieren und Ausprobieren bei leistungsstarken Anbietern, lange Verweildauer im Geschäft*

Check Standortpotenziale:
 Präsenz des örtlichen Einzelhandels, Ergänzung des Angebotes durch komplementäre Magnete, ggf. Akquisition internationaler Anbieter

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

[Standortprofile in der Bonner City]

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

[Kommunikationskonzept: „Events“]
 Stadterlebnis total
 Zielgruppen- und standortbezogene Aktivitäten

Ab in die Mitte!

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

[Strategien für projektbezogene Kommunikationskonzepte]

- Vision für die gesamte Innenstadt entwickeln
- Lageveränderungen und Wechselwirkungen aktiv kommunizieren
- Frühzeitige Einbindung des örtlichen Handels
- Aktive Pressearbeit und bürgerorientierte Informationspolitik
- Soviel „Offenheit“ wie möglich

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

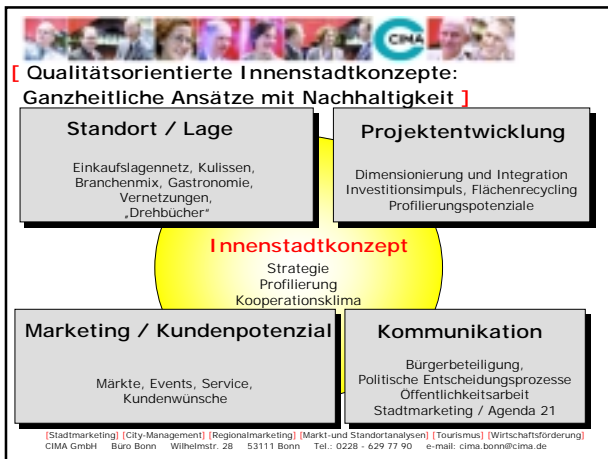
[Kommunikation von Citykonzepten: Zum Beispiel Dortmund]

Kommunales Marketing von Standortprofilen

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

[Aktive Vermarktung von Projekten im Rahmen einer Innenstadtkonzeption, z.B. Hagen]

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
 CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



[Wirtschaftsförderungsstrategien für Cities]

„Business Improvement District“ (BID)

- erfolgreiches Instrument zur (Re-) Vitalisierung von innerstädtischen Geschäftsbereichen in USA (1.200), Australien, Neuseeland, Brasilien
- definierter räumlicher Bereich
- Initiative der lokalen Wirtschaft (Maßnahmen- und Finanzplan) durch Gemeindebeschluß konstituiert
- BID-Abgabe auf die Grundsteuer
- „sunset clause“ nach 5 Jahren

„City Centre Company“ (Coventry, GB)

- gegründet 1997
- 50 Mitarbeiter, 6 Mio Pfund Budget
- alle operativen Aufgaben der City:
 - Reinigung
 - Parkraumbewirtschaftung
 - Grünpflege
 - Sicherheit
 - Straßenbewirtschaftung
 - Werbeflächen
 - Veranstaltungen
 - Marketing
- Erfolgsabhängiger Beitrag („rentable value“)

(Stadtmaking) | (City-Management) | (Regionalmarketing) | (Markt- und Standortanalysen) | (Tourismus) | (Wirtschaftsförderung)
CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

[Leerflächenmanagement]

- Utopie: „Die Innenstadt managen wie ein Einkaufszentrum“
- Projektpartner aus dem Shopping-Center Management einbinden
- langfristige Managementverträge mit Grundeigentümern
- Dienstleistungen der Managementgesellschaft: Vermietung, Hausverwaltung, Bau/Sanierung, Marketing
- Ziel: Immobilienfond, Realeigentum in Fondsanteil wandeln

(Stadtmaking) | (City-Management) | (Regionalmarketing) | (Markt- und Standortanalysen) | (Tourismus) | (Wirtschaftsförderung)
CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

Flächenmanagement - Säule des Citymanagements

Umfassende Standortinformation

Schnelle Reaktionszeiten

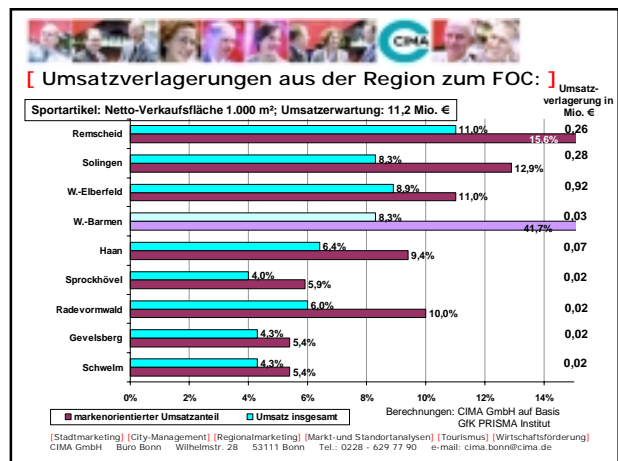
Unterstützung lokaler und überörtlich agierender Makler

(Stadtmaking) | (City-Management) | (Regionalmarketing) | (Markt- und Standortanalysen) | (Tourismus) | (Wirtschaftsförderung)
CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de

[Rahmenbedingungen zur Ansiedlung von FOC /DOC in Innenstädten]

- Realisierung in ausschließlich integrierten oder kurzfristig integrierbaren Standortlagen
→ nur so positive Wechselwirkungen zum innerstädtischen Einzelhandel
- FOC können in integrierten Lagen von Mittelzentren zusätzliche Kaufkraftpotenziale erschließen, die sonst nicht gebunden werden können
→ Voraussetzung sind langfristig abgesicherte „Top-Marken“-Konzepte
- Zumutbare Betroffenheit im engeren Einzugsbereich i.d.R. nur bei „Top-Marken“-Konzept und maximal 10.000 m² Nettoverkaufsfläche (Benchmark Bicester Village)
- Standortspezifisch sehr enge Grenzen bei Sortimenten Sport und Lederwaren (Verträglichkeitsschwelle 300 m² - 500 m²)
- Raumordnungsverfahren nur in Kenntnis von Betreiber und Investor; Nachweis von Referenzobjekten; **FOC bedürfen Einzelfallprüfung wie jeder großflächige Einzelhandel**

(Stadtmaking) | (City-Management) | (Regionalmarketing) | (Markt- und Standortanalysen) | (Tourismus) | (Wirtschaftsförderung)
CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de





**[Benchmark: Roermond und Maasmecheln:
Niveau geringer als eingeforderte Standards]**



Roermond:

Betreiber: Mc ArthurGlen
Konzept: Kernkompetenz im Bereich Sport (Adidas, Puma, Reebok, Nike)
auch Handelsoutlets
Standort: mittleres bis gehobenes Markenniveau
teilintegrierte Lage, ähnlich Remscheid Hbf
optimierte Anbindung an City
verkehrliche Erreichbarkeit suboptimal



Maasmecheln Village:

Betreiber: Value Retail
Konzept: Top und High Endmarken im Segment Bekleidung
(u. a. Versace, Fred Perry), kaum EH !
Diamantenausstellung Antwerpen
Standort: nicht integrierter Standort
z. Zt. Nicht akzeptable verkehrliche Anbindung

Leerstandsrate 25 % - 30 %

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



[Kompetenz für Marketing im öffentlichen Sektor]



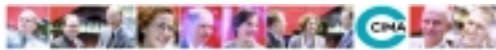
CIMA GmbH:

- [Stadtmarketing]
- [City-Management]
- [Regionalmarketing]
- [Stadtentwicklung]
- [Markt- und
Strukturanalyse]
- [Tourismuskonzepte]

CIMA P + E GmbH:

- [Wirtschaftsförderung]
- [Innovationsförderung]
- [Technologieförderung]
- [Immobilien- und
Projektentwicklung]

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de



Vielen Dank

für Ihre Aufmerksamkeit !

[Stadtmarketing] [City-Management] [Regionalmarketing] [Markt- und Standortanalysen] [Tourismus] [Wirtschaftsförderung]
CIMA GmbH Buro Bonn Wilhelmstr. 28 53111 Bonn Tel.: 0228 - 629 77 90 e-mail: cima.bonn@cima.de