

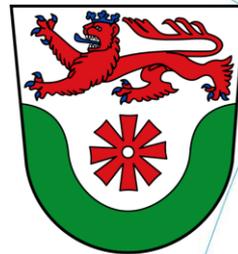
Machbarkeitsanalyse

# ZVB Alt-Erkrath

Eva Harm

Susanne Knoblich

Dorothea Mittemeyer



Wirtschaftsförderung Erkrath

# Inhalt

1. Anlass und Ziel
2. Vorgehen
3. Standortanalyse (Makro-, Meso-, Mikrostandort)
4. Marktanalyse (Nachfrage- und Angebotssituation)
5. SWOT-Analyse
6. Lösungsansätze
7. Key Takeaways
8. Weiteres Vorgehen

# 1. Anlass und Ziel

- Die räumliche Nähe zu starken Handelszentren wie dem Oberzentrum Düsseldorf sowie dem Mittelzentrum Hilden trägt zu **erheblichen Kaufkraftabflüssen** in Erkrath bei.
- Insbesondere im ZVB Alt-Erkrath führt dies zu einer **Schwächung des Handelsbesatzes** und strukturellem Leerstand.
- Die Aufgabe von **Kaiser´s** sowie der mögliche Schließung einer **KiK-Filiale** auf der Bahnstraße verstärken die schwierige Lage.
- Vor diesem Hintergrund soll der Standort vollumfänglich **analysiert** und mögliche **Lösungsansätze erarbeitet** werden.

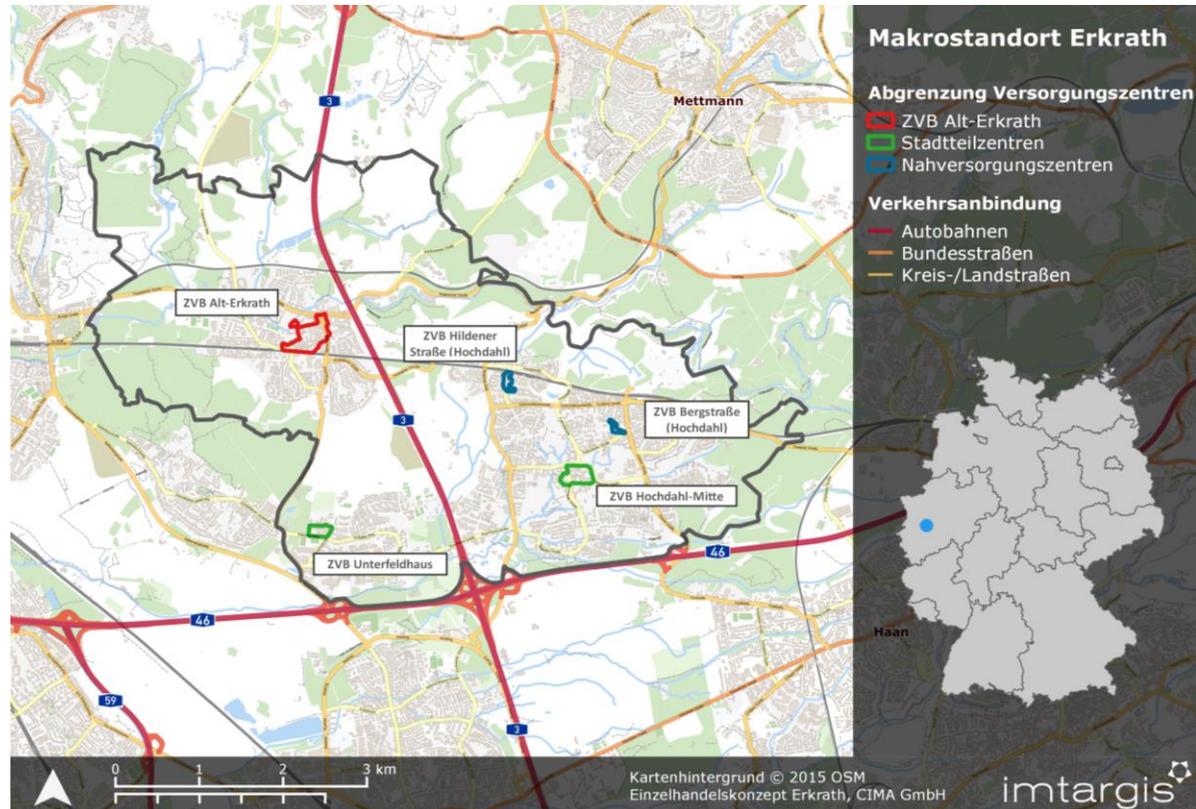
## 2. Vorgehen

- **Review** bisheriger Informationen, Unterlagen etc.
- **Gespräch** mit **Wirtschaftsförderung** der Stadt Erkrath (08.12.15)
- **Standort-** und **Objektbesichtigung** in Alt-Erkrath (08.12.15)
- **Erhebung** Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsnutzung in ebenerdigen Ladenlokalen im ZVB Alt-Erkrath (08.12.15)
- **Standortbesichtigung** relevanter Handelslagen in Erkrath, insb. ZVB Unterfeldhaus und ZVB Hochdahl (09.12.15)
- **Telefonbefragung** zum Nachfrageverhalten der Bewohner und zum Einkaufsangebot in Alt-Erkrath (10.-15.12.15)
- Zusammenfassung der Stärken und Schwächen in Form einer **SWOT**
- Erarbeitung **Lösungsansätze** (Nutzungscluster)
- Erstellung Präsentation inkl. **Handlungsempfehlungen**

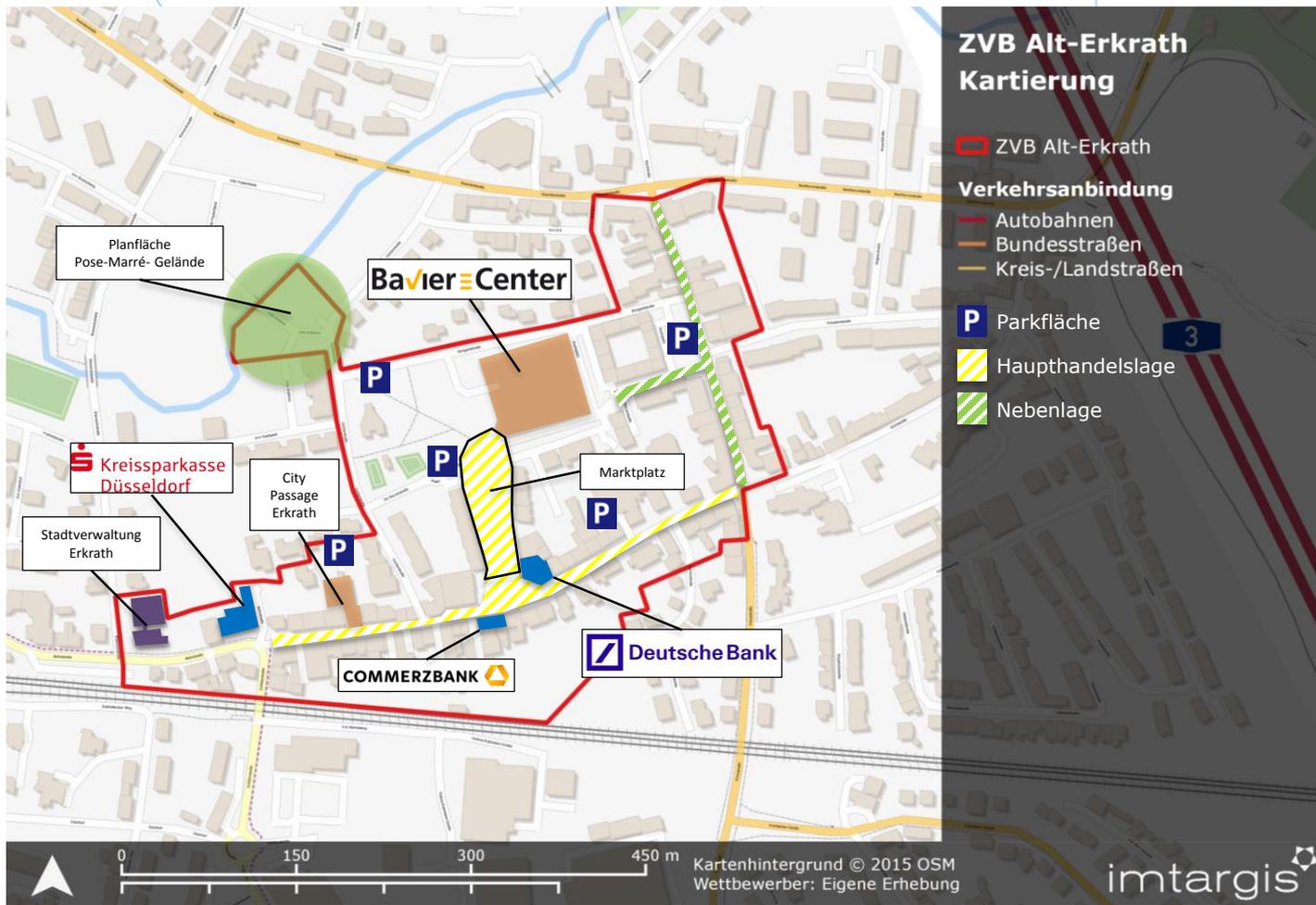
# 3. Standortanalyse: Makrostandort

- Zentralörtlicher Status: Grundzentrum
- Einwohner\*<sup>1</sup>: ca. 45.500
- Einwohnerprognose (2030)\*<sup>2</sup>: - 4%
- EH-Kaufkraft\*<sup>2</sup>: 273 Mio. Euro
- Kaufkraftindex\*<sup>2</sup>: 102
- EH-Zentralität\*<sup>2</sup>: 79
- EH-Umsatz\*<sup>2</sup>: 216 Mio. Euro
- Anteil SV-pflichtig Beschäftigt. am Arbeitsort an EW\*<sup>3</sup>: 24%
- Arbeitslosenquote\*<sup>4</sup>: 8,0
- Pendlersaldo\*<sup>4</sup>: - 3.649

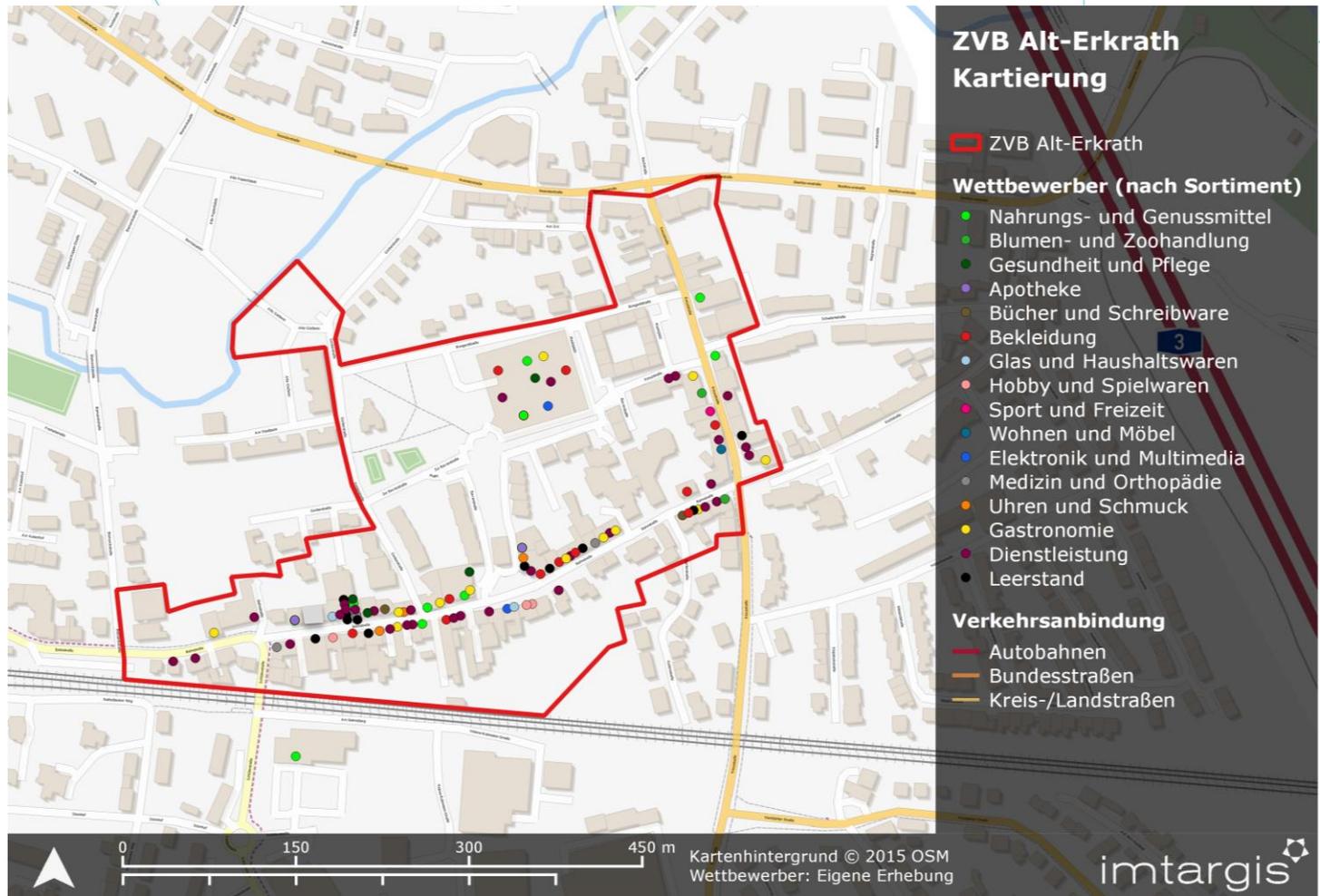
\*<sup>1</sup> Quelle: IHK 2014  
 \*<sup>2</sup> Quelle: Acxiom 2014  
 \*<sup>3</sup> Quelle: IT.NRW 2014  
 \*<sup>4</sup> Quelle: Bezirksregierung Düsseldorf 2014



### 3. Standortanalyse: Mesostandort



### 3. Standortanalyse: Mesostandort



### 3. Standortanalyse: Mesostandort

Top nach VKF	Standort	Sortiment
Rewe	Bavier-Center	NuG
C&A	Bavier-Center	Bekleidung
dm-drogerie markt	Bavier-Center	Drogerie
KIK Textildiscount	Bahnstr. 21	Bekleidung
Mode Cruse	Bahnstr. 33	Bekleidung
Netto	Kreuzstr. 12	NuG
Kodi	Bahnstr. 28	Haushaltswaren
Apanage Kapalua	Bahnstr. 42	Bekleidung
Ernsting's Family	Bavier-Center	Bekleidung
Kalkhoff MyBike	Kreuzstr. 33	Sport & Freizeit
Früchte-Oase	Bahnstr. 42	NuG
Schuhladen Norden	Kreuzstr. 35	Schuhe
Euronics	Bavier-Center	Elektronik
Spielzeug-Laden	Bahnstr. 43	Hobby & Spiel
Blumenwerkstatt	Kreuzstr. 31	Blumen



### 3. Standortanalyse: Mikrostandort



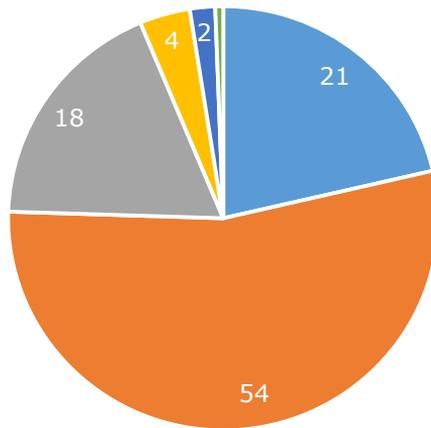
## 4. Marktanalyse

Ergebnisse der Telefonbefragung und Bestandserhebung:

- Verkehrsmittelnutzung
- Nachfragesituation
- Öffnungszeiten
- Angebotssituation

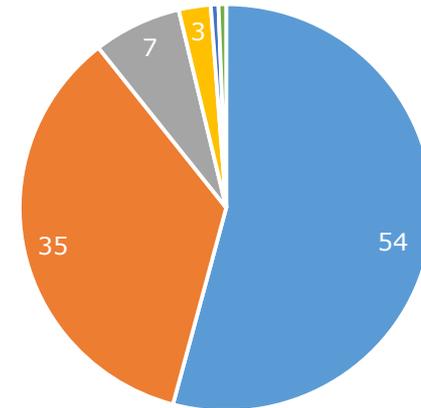
## 4. Marktanalyse: Verkehrsmittelnutzung

Wie oft fahren Sie durchschnittlich zum Einkaufen in die Innenstadt von Alt-Erkrath? (in Prozent)



- täglich
  - einmal pro Woche
  - einmal im Monat
  - mehrmals pro Woche
  - alle 14 Tage
  - seltener, nie
- n=159

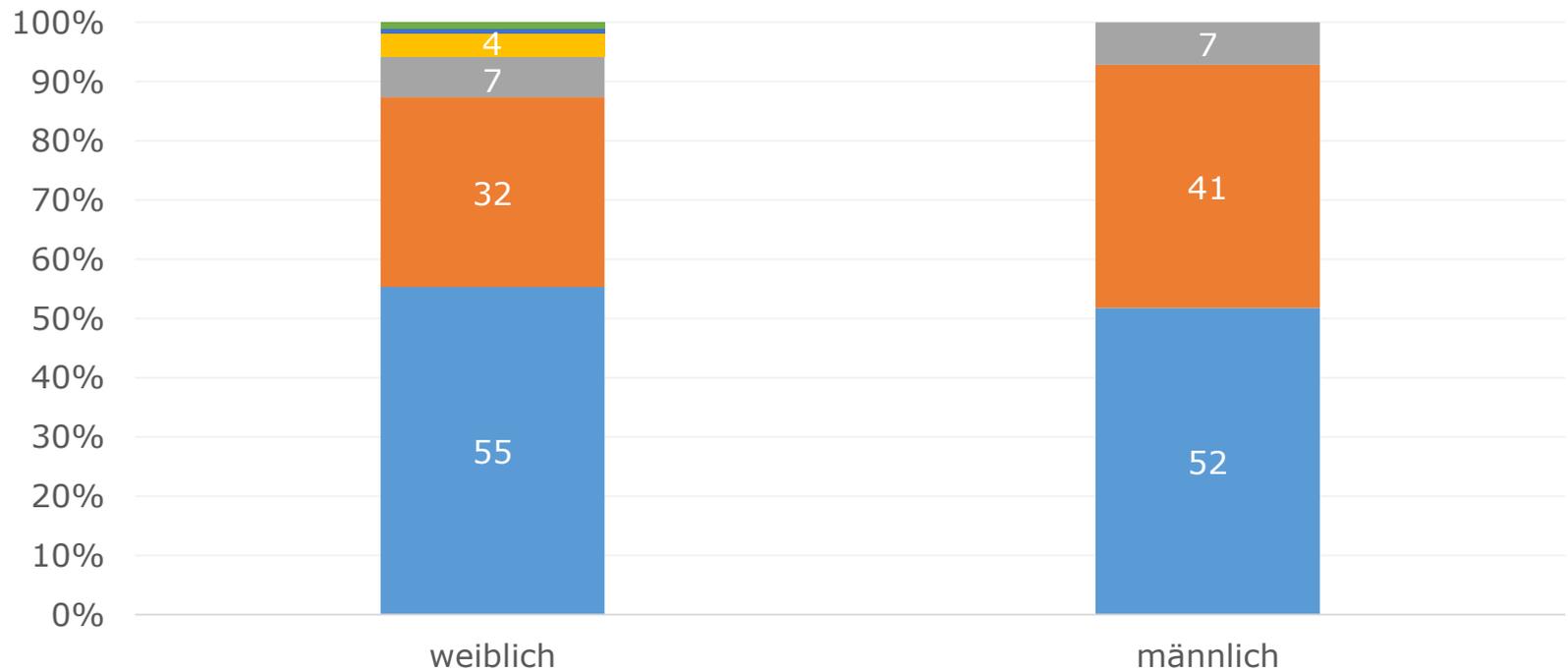
Mit welchem Verkehrsmittel kommen Sie in der Regel in die Innenstadt von Alt-Erkrath? (in Prozent)



- zu Fuß
  - MIV
  - Fahrrad
  - Bus, Bahn
  - Bürgerbus
  - Sonstiges
- n=159

## 4. Marktanalyse: Verkehrsmittelnutzung

Mit welchem Verkehrsmittel kommen Sie in der Regel in die Innenstadt von Alt-Erkrath?

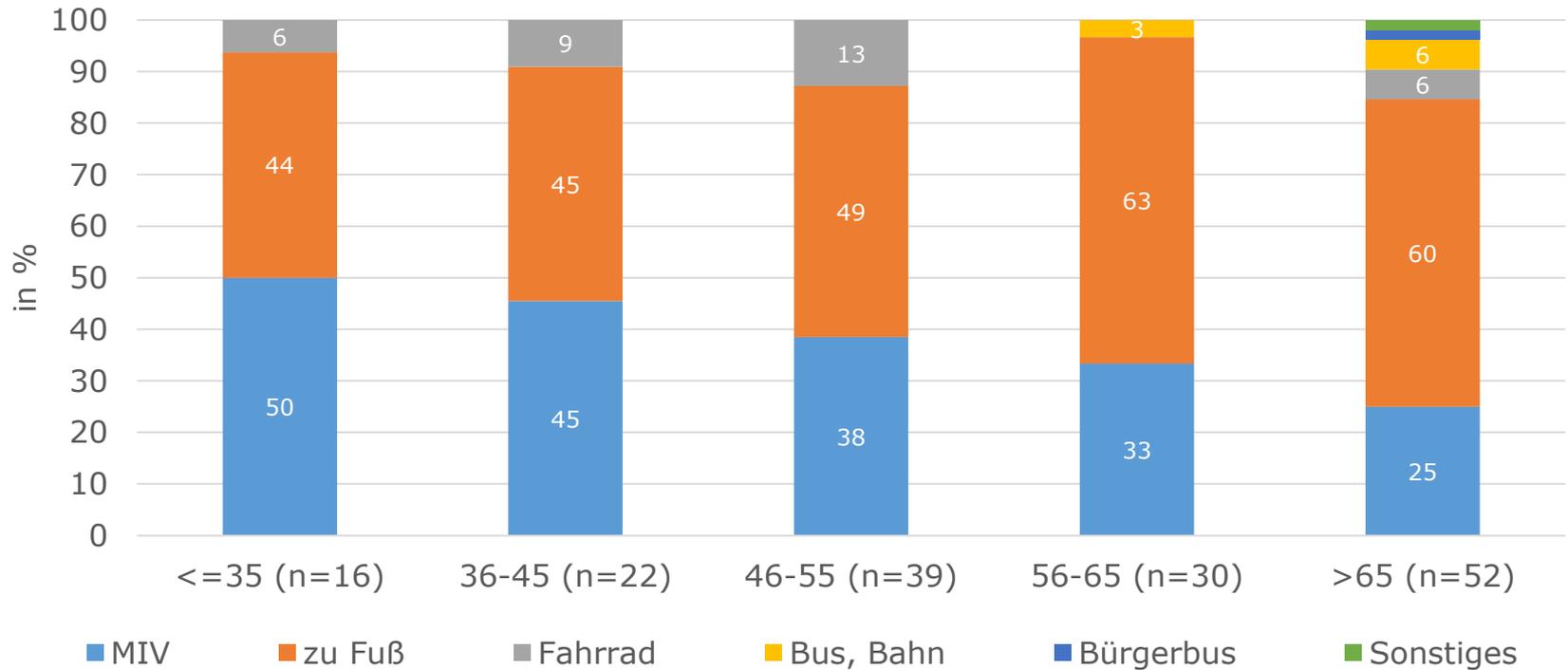


n=159

■ zu Fuß 
 ■ MIV 
 ■ Fahrrad 
 ■ Bus, Bahn 
 ■ Bürgerbus 
 ■ Sonstiges

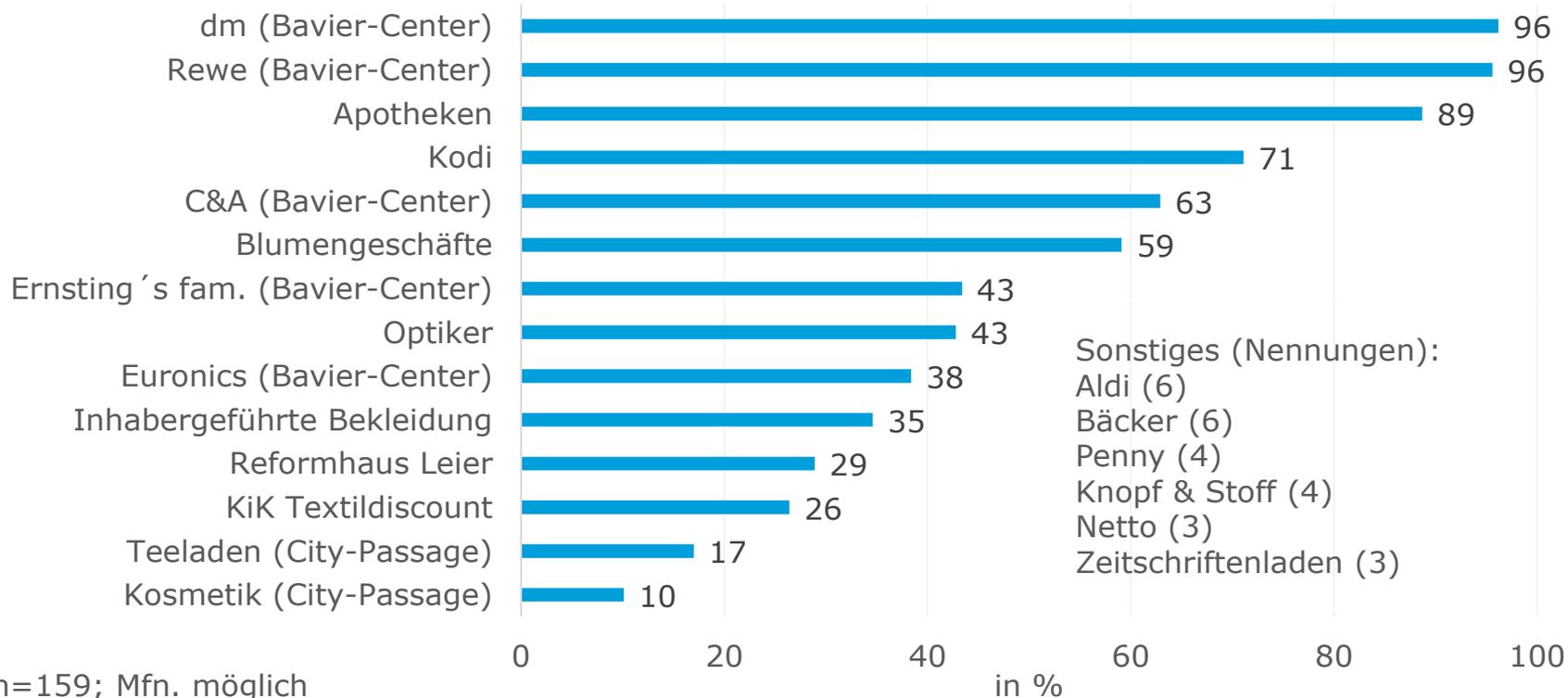
## 4. Marktanalyse: Verkehrsmittelnutzung

Mit welchem Verkehrsmittel kommen Sie in der Regel in die Innenstadt von Alt-Erkrath?



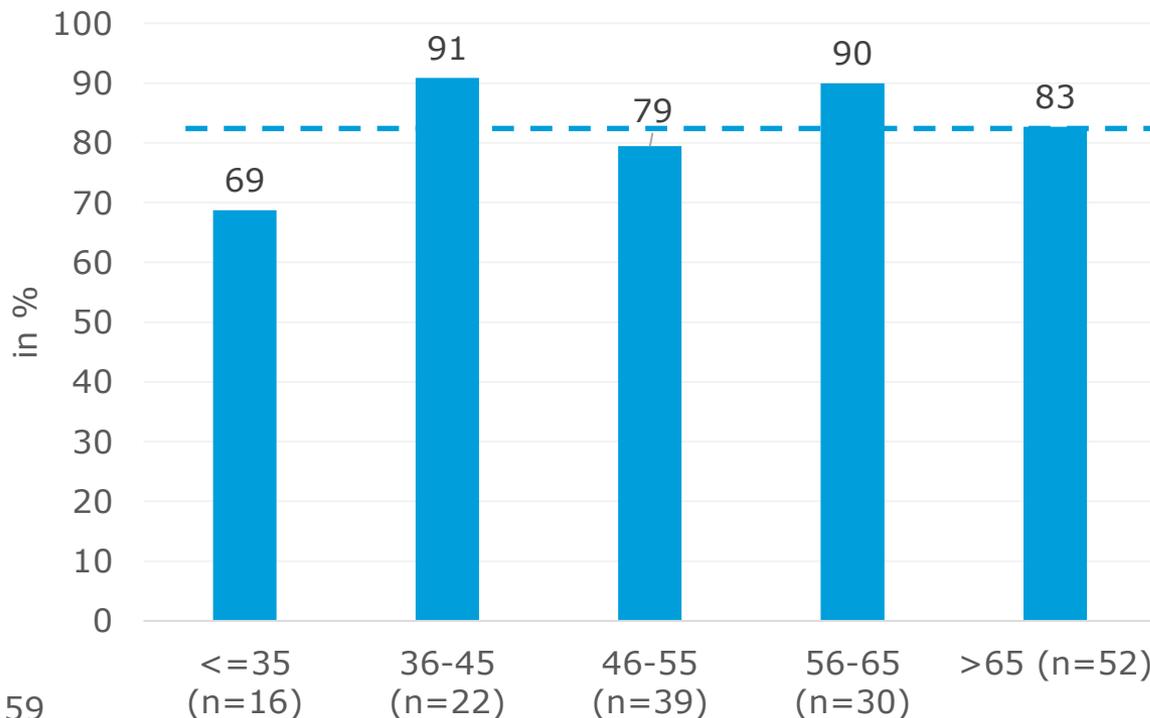
## 4. Marktanalyse: Nachfragesituation

In welchen Geschäften in der Innenstadt von Alt-Erkrath haben Sie dieses Jahr etwas gekauft?



## 4. Marktanalyse: Nachfragesituation

Wenn Sie zum Einkaufen in die Innenstadt von Alt-Erkrath fahren, suchen Sie in der Regel sowohl das Bavier-Center als auch die restliche Innenstadt auf?



**Hohe Kopplungsquote von 83 Prozent**

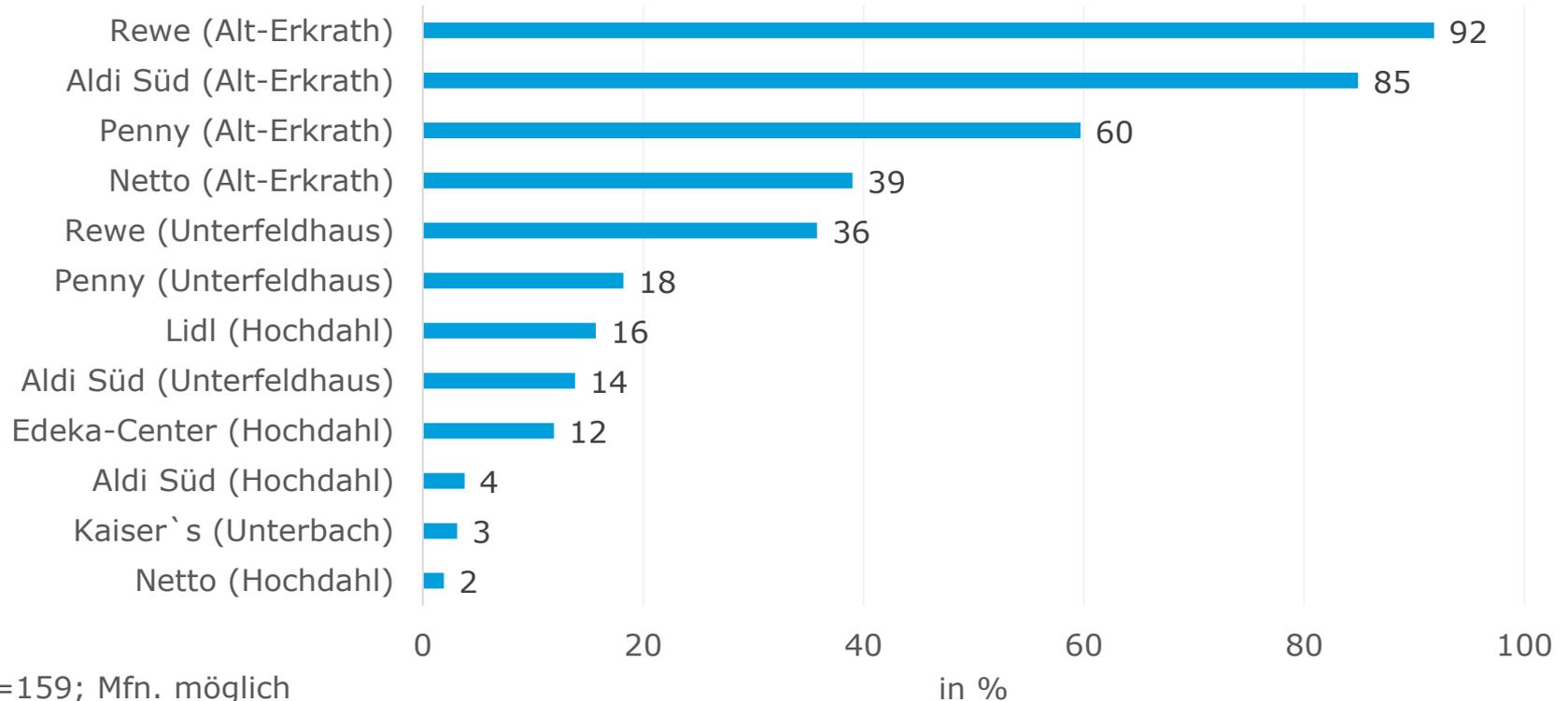
**14 Prozent** der Befragten suchen in der Regel nur das Bavier-Center auf

**3 Prozent** der Befragten suchen in der Regel nur die Innenstadt auf.

n=159

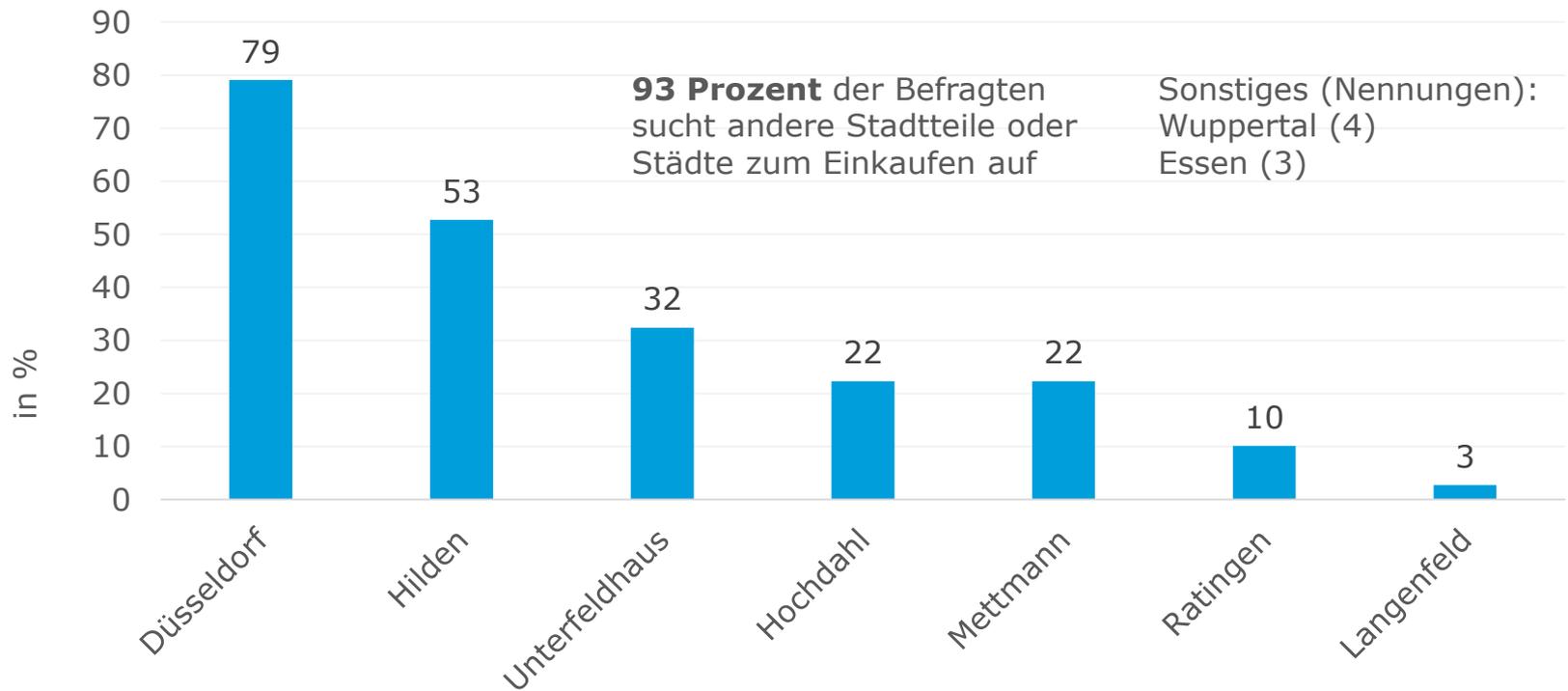
## 4. Marktanalyse: Nachfragesituation

In welchen Geschäften kaufen Sie in der Regel Lebensmittel ein?



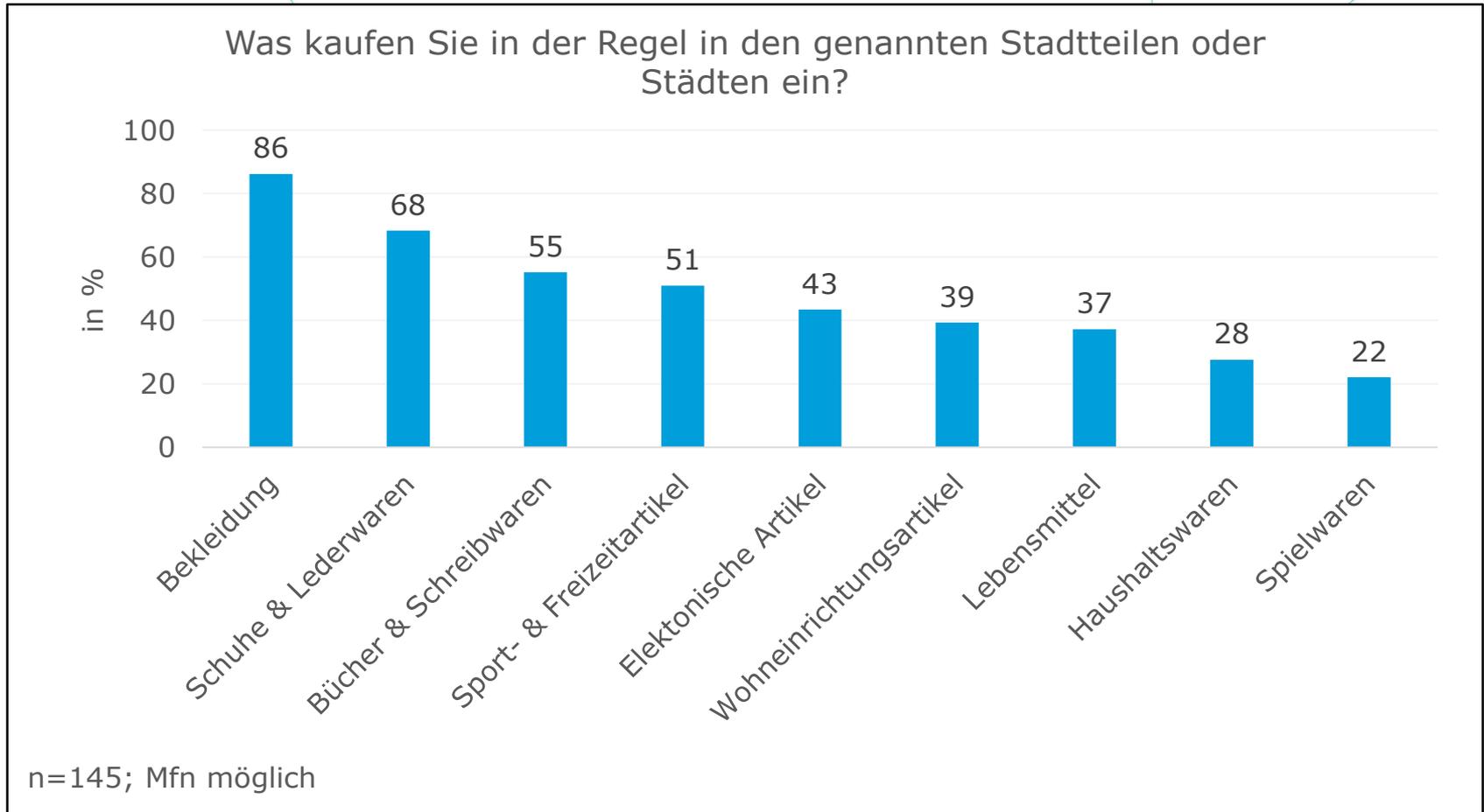
## 4. Marktanalyse: Nachfragesituation

Fahren Sie zum Einkaufen auch in andere Stadtteile oder Städte?



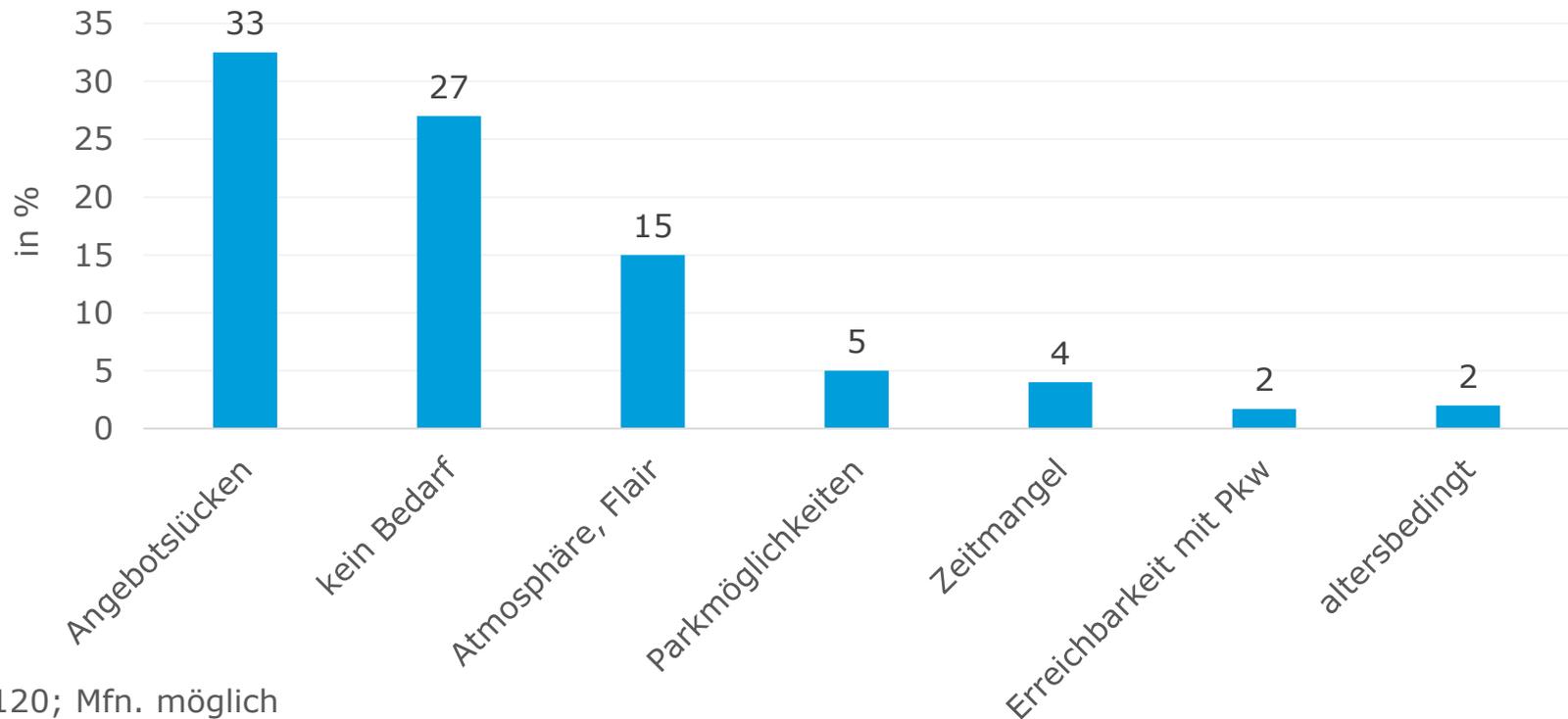
n=148; Mfn. möglich

## 4. Marktanalyse: Nachfragesituation



## 4. Marktanalyse: Nachfragesituation

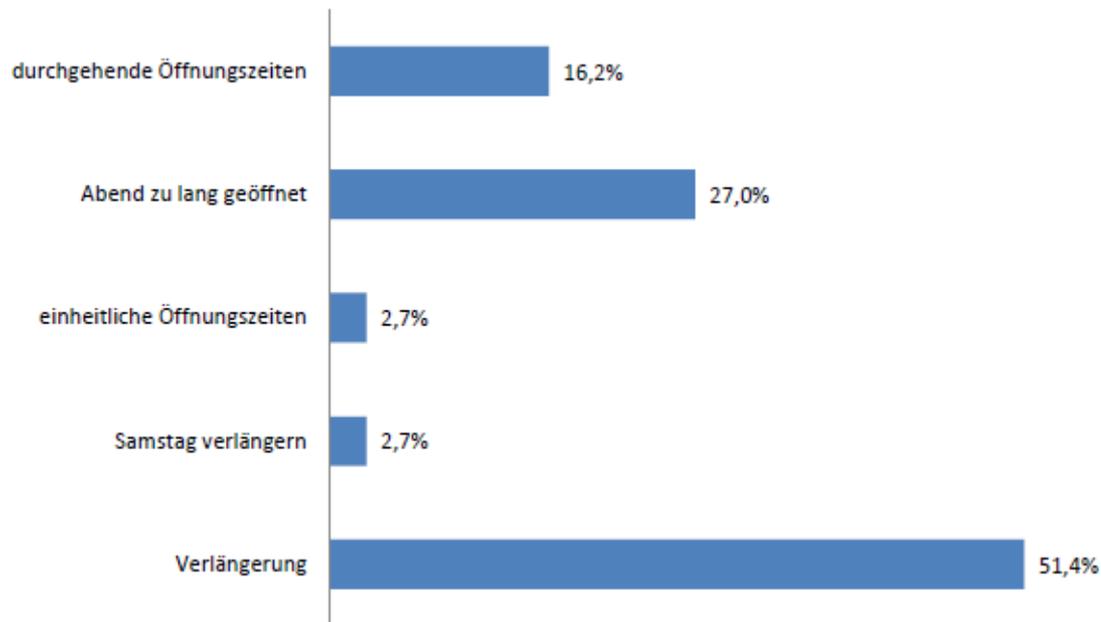
Nennen Sie bitte die Gründe, wieso Sie die Innenstadt von Alt-Erkrath nicht häufiger für den Einkauf aufsuchen.



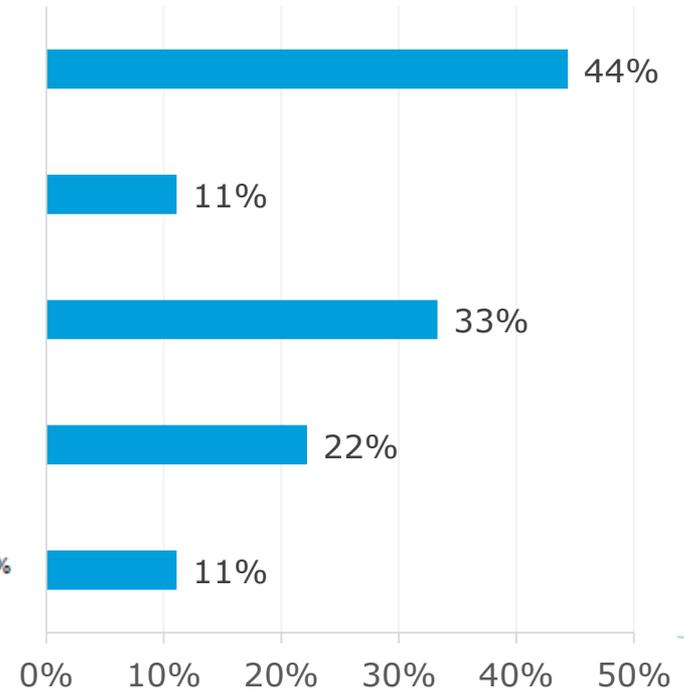
n=120; Mfn. möglich

## 4. Marktanalyse: Öffnungszeiten

**Befragung IHK** im Jahr 2012 in Erkrath  
90 Prozent der Befragten zufrieden,  
Der Rest wünscht:



**Aktuelle Befragung** in Alt-Erkrath  
89 Prozent der Befragten zufrieden,  
Der Rest wünscht:

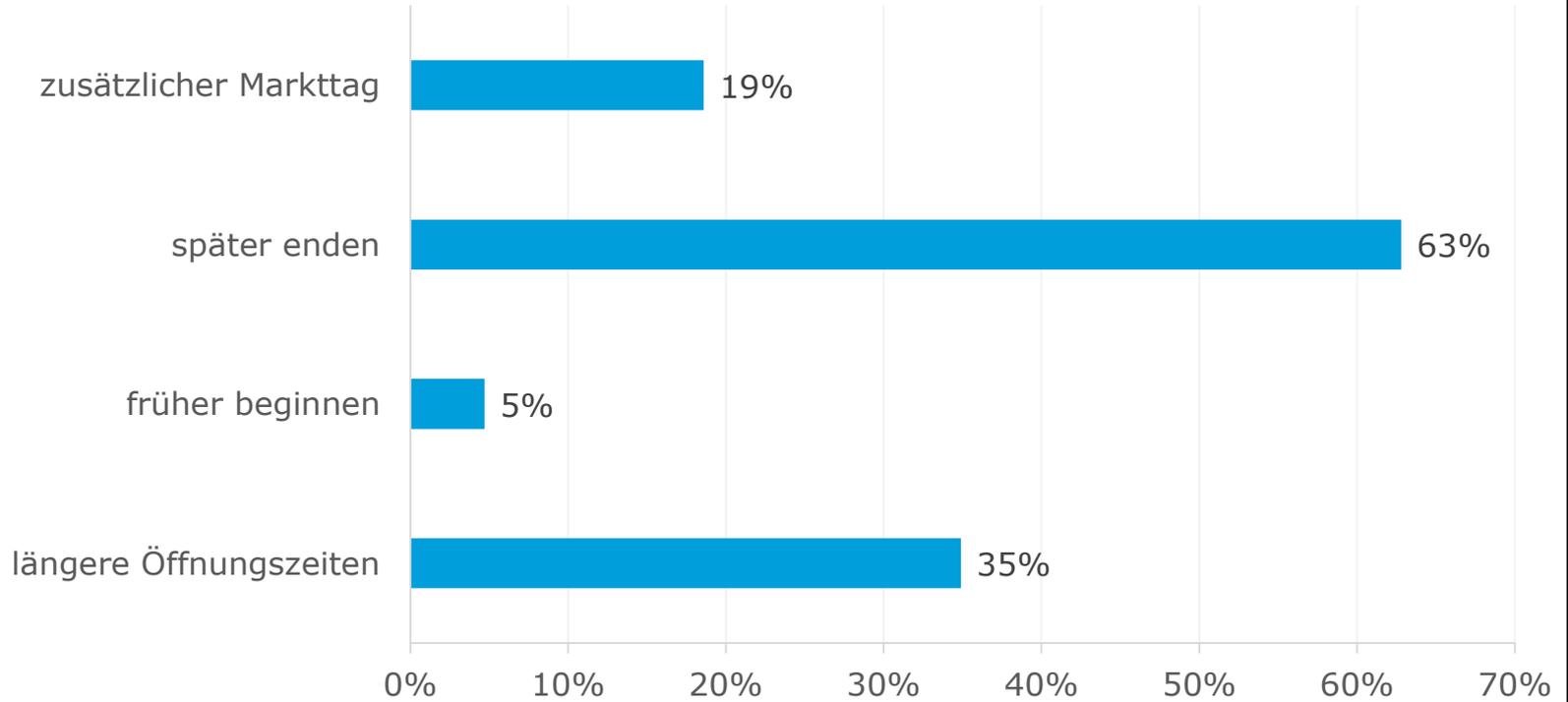


0% 10% 20% 30% 40% 50%

n=18; Mfn. möglich

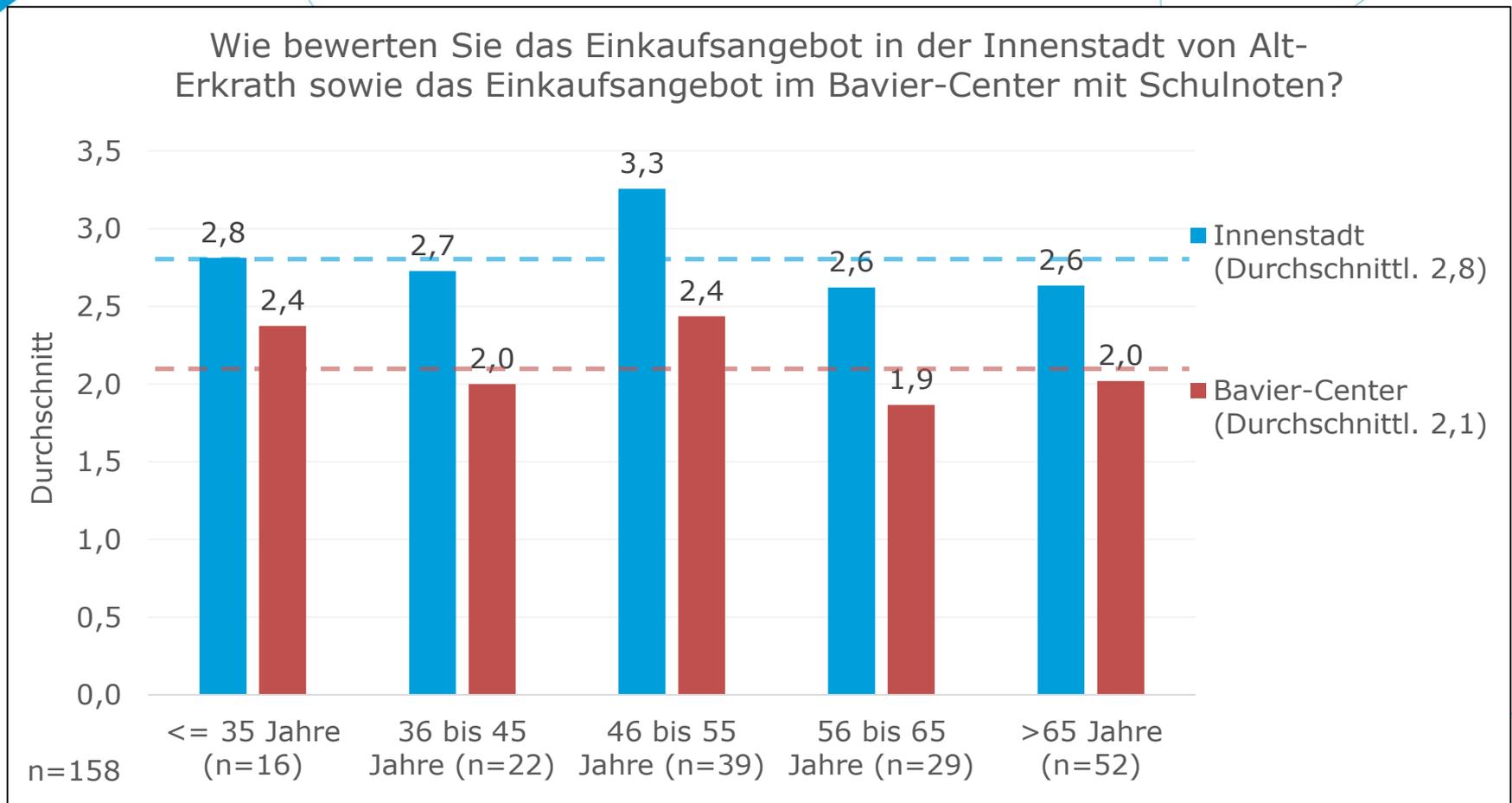
## 4. Marktanalyse: Öffnungszeiten

**73 Prozent** der Befragten sind mit den Öffnungszeiten des Wochenmarktes zufrieden. Der Rest wünscht:



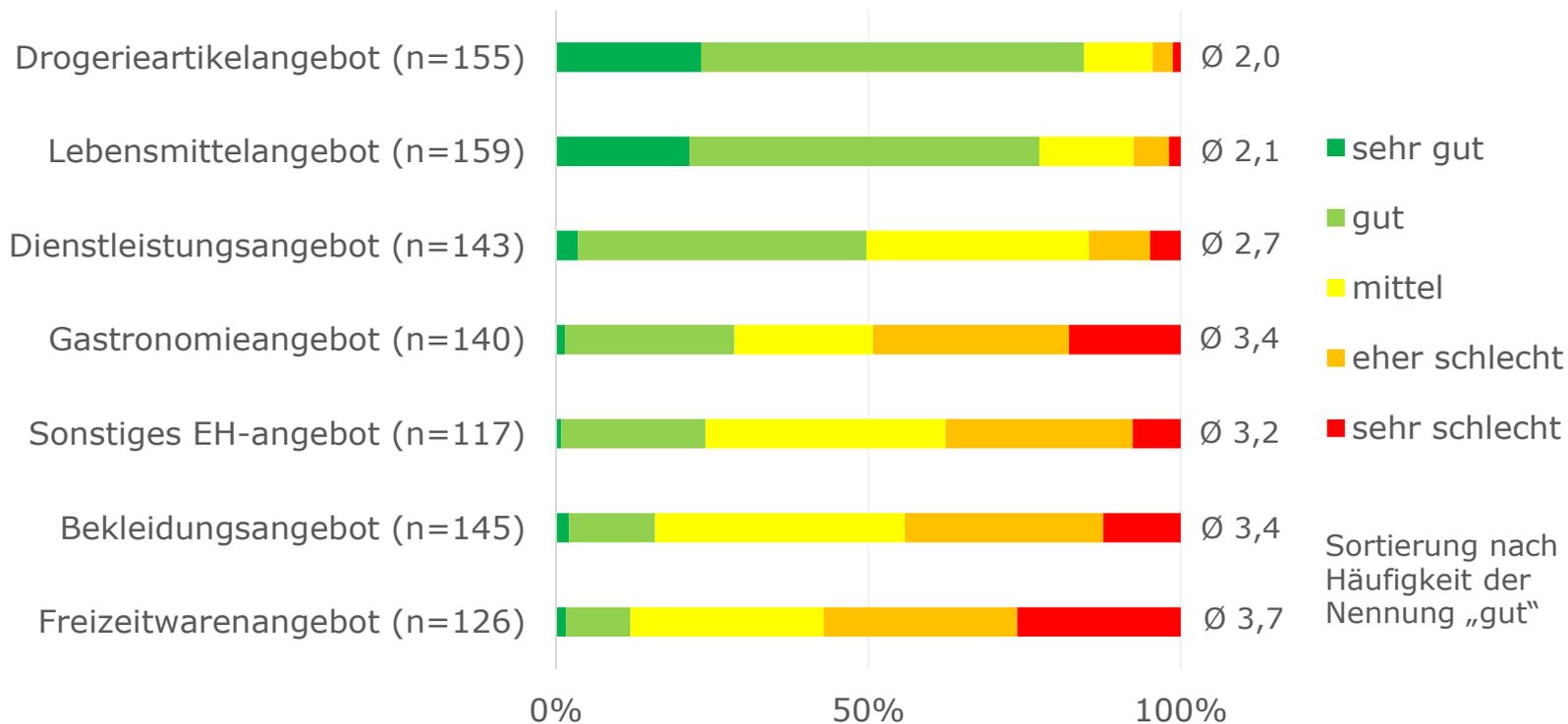
n=43; Mfn. möglich

## 4. Marktanalyse: Angebotssituation



## 4. Marktanalyse: Angebotssituation

Wie bewerten Sie die folgenden Angebote in der Innenstadt von Alt-Erkrath?



## 4. Marktanalyse: Angebotssituation

Branche	VKF	in %	Umsatz (Mio. €)	in %	KK in Alt-Erkrath	Sortimentszentralität*
Nahrungs- und Genussmittel	5.115	48%	23,0	55%	28,6	●
Baumarktsortimente	150	1%	0,2	1%	7,7	●
Gesundheit und Pflege	860	8%	5,2	12%	5,6	●
Bücher und Schreibwaren	65	1%	0,2	1%	3,0	●
Bekleidung	2.895	27%	7,2	17%	5,5	●
Schuhe und Lederwaren	120	1%	0,4	1%	1,4	●
Glas und Haushaltswaren	450	4%	1,1	3%	1,0	●
Hobby und Spielwaren	245	2%	0,6	1%	1,4	●
Sport und Freizeit	150	1%	0,5	1%	1,3	●
Wohnen und Möbel	-	0%	-	0%	5,6	●
Elektronik und Multimedia	235	2%	1,2	3%	2,2	●
Medizin und Orthopädie	220	2%	1,7	4%	1,4	●
Uhren und Schmuck	65	1%	0,2	1%	0,9	●
Summe	10.570	100%	41,6	100%	65,5	

- Keine Vollerhebung
- Angebotsschwerpunkte:
  - NuG
  - Gesundheit und Pflege
  - Bekleidung
- Geringe Sortimentszentralität i.d. Branchen:
  - Wohneinrichtung (Deko)
  - Bücher
  - Schuhe, Lederwaren
  - Sport, Freizeit
  - Elektronik, Multimedia
  - Hobby und Spielwaren
  - Uhren und Schmuck
- Bekleidung im Vergleich zu anderen Mittelstädten mit sehr geringer Zentralität

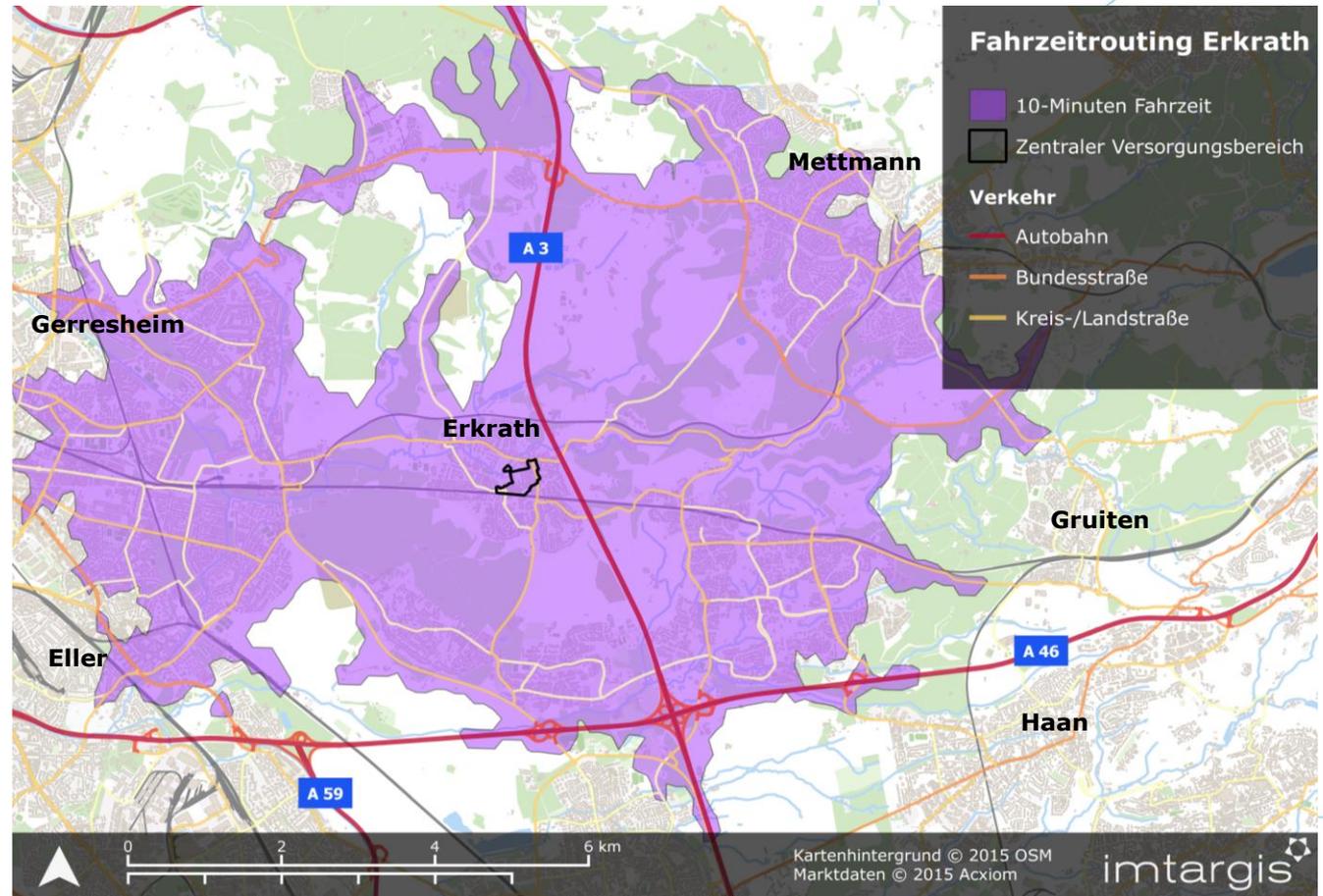
\*Gutachterliche Einschätzung:

- überdurchschnittliche Sortimentszentralität
- durchschnittliche Sortimentszentralität
- unterdurchschnittliche Sortimentszentralität

## 4. Marktanalyse: Fahrzeitrouting

### Einwohner und Kaufkraft innerhalb der Routingzone von zehn Minuten

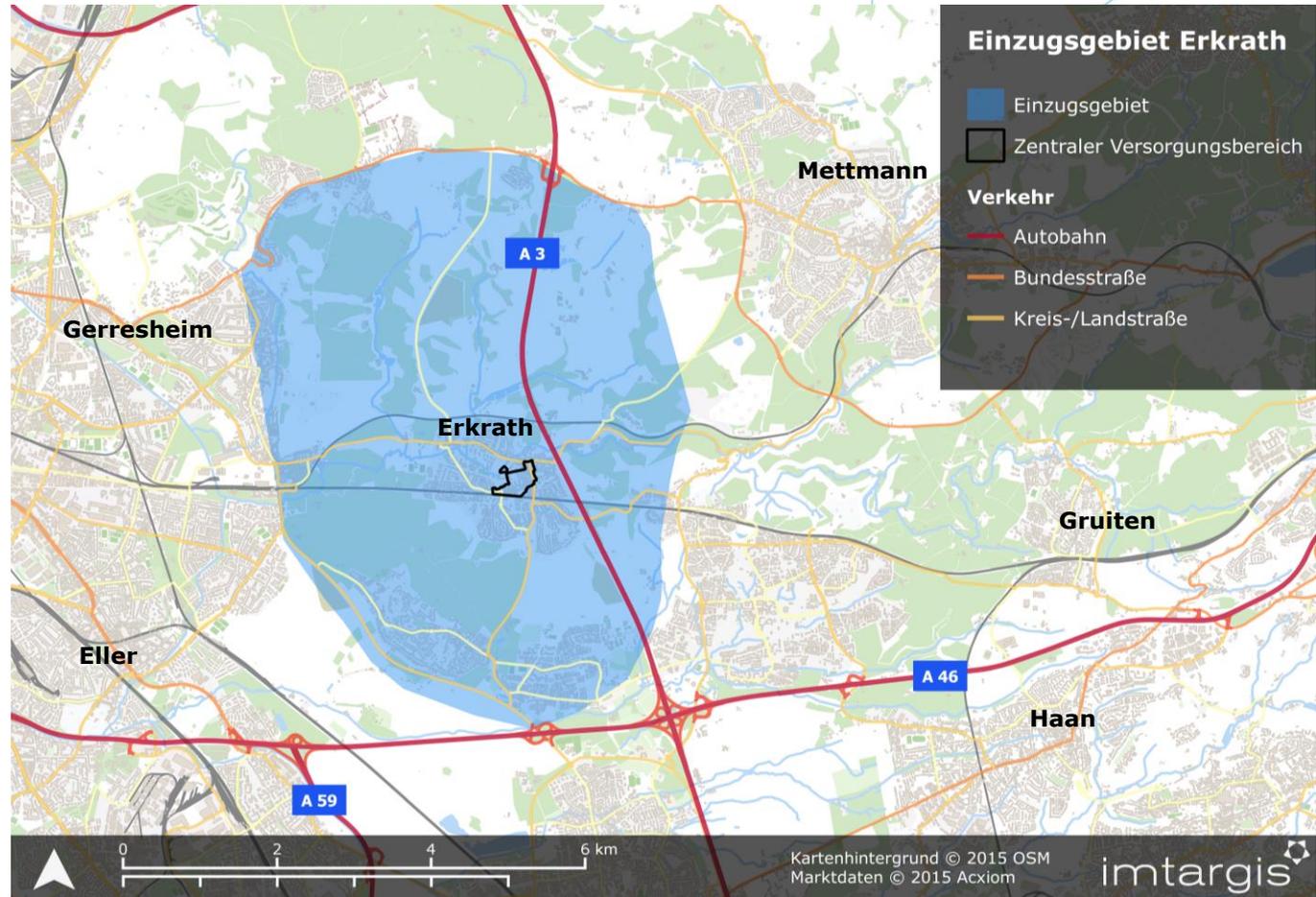
Einwohner	ca. 190.000
Prognose 2030	ca. 190.000
Kaufkraft Index	107,3



# 4. Marktanalyse: Einzugsgebiet

## Einzugsgebiet (EZG) ZVB Alt-Erkrath

Einwohner im EZG	ca. 37.750
Kaufkraft-index (EZG)	106,7
EH-relevante Kaufkraft pro EW	6.287 €



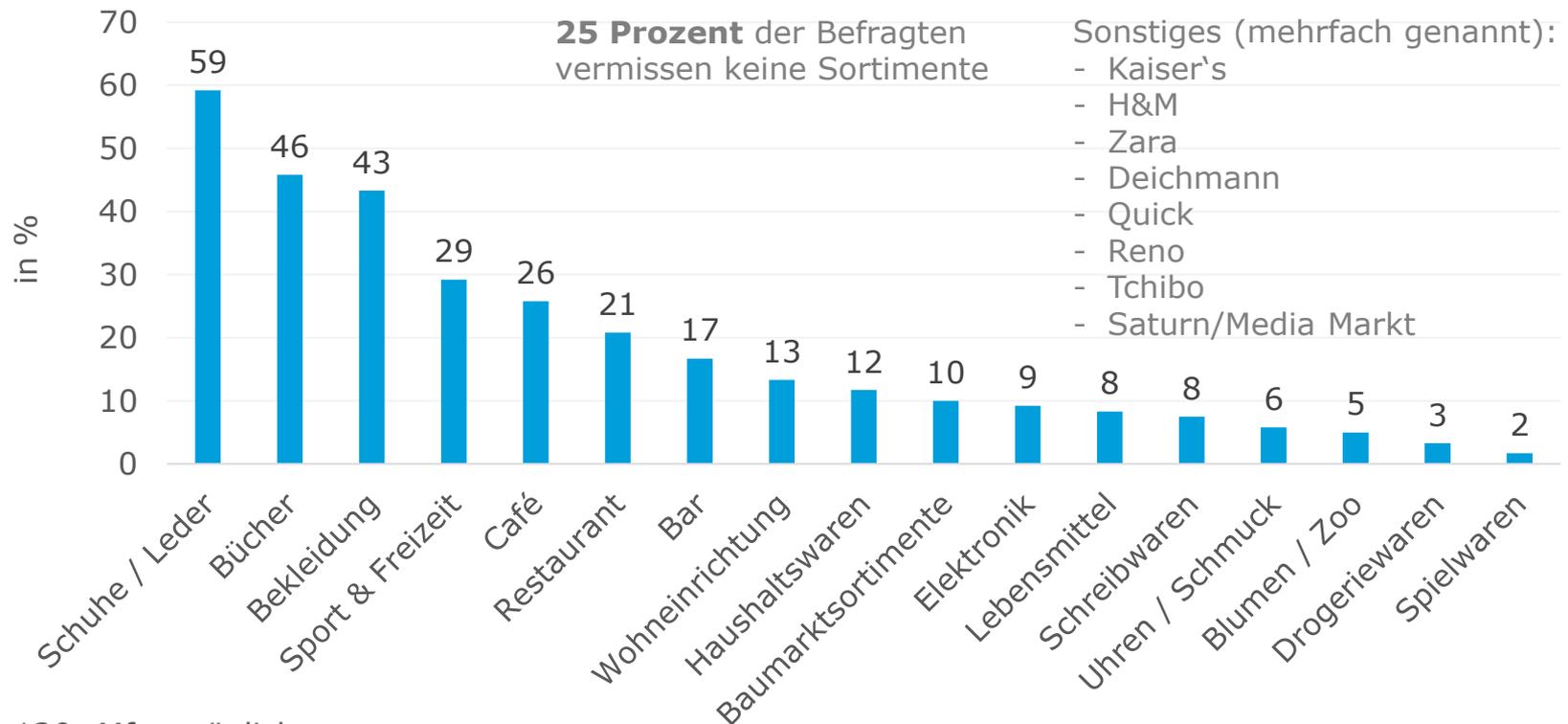
## 5. SWOT-Analyse

<p><b>STRENGTH:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Überdurchschnittliche Kaufkraft</li> <li>2. Administratives und kulturelles Zentrum von Erkrath</li> <li>3. Baurecht (Kerngebiet), Potenzialflächen</li> </ol>	<p><b>WEAKNESSES:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nähe zu Düsseldorf und Hilden als starke Handelszentren, KK-Abflüsse, polyzentrische Struktur der Stadt</li> <li>2. Sehr wenig namhafter Mietbesetz auf der Bahnstraße, REWE Unterfeldhaus</li> <li>3. Geringe Passantenfrequenz</li> </ol>
<p><b>OPPORTUNITIES:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Erweiterung des Marktgebiets</li> <li>2. Stärkere Bindung der örtlichen Kaufkraft</li> <li>3. Flächenflexibilität, Flächengröße freier Immobilien erfüllen den Objktanforderungen vieler Filialisten</li> </ol>	<p><b>THREATS:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Leichte Bevölkerungsrückgänge</li> <li>2. Verstärkung des Trading-Down-Prozesses (geplante KiK-Schließung)</li> <li>3. Abwertung von Immobilien bei ausbleibender Projektentwicklung</li> </ol>

1. Makro-, 2. Mikro-, 3. Objektebene

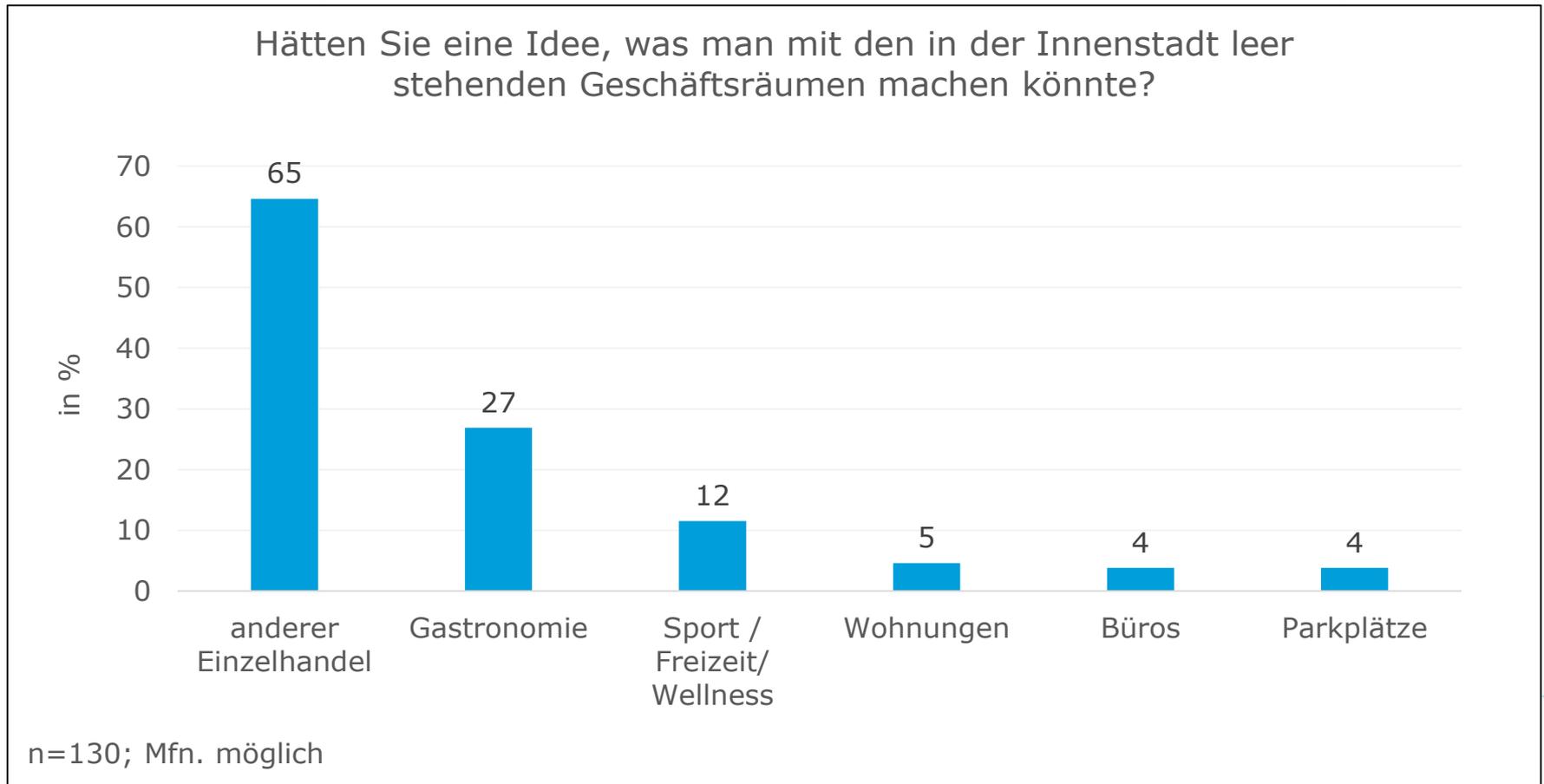
## 6. Lösungsansätze: Befragungsergebnisse

Welche Sortimente vermissen Sie in der Innenstadt von Alt-Erkrath?



n=120; Mfn. möglich

## 6. Lösungsansätze: Befragungsergebnisse



## 6. Lösungsansätze: Nutzungscluster in Alt-Erkrath

Nutzungsvarianten	Makro	Mikro	Objekt	Gesamt
Einzelhandel FM (Non-Food)	2	2	1	
Parken	2	1	2	
Gastronomie	2	2	2	
Wohnen	2	2	4	
Büro	2	3	3	
Freizeit, Sport, Wellness	2	3	3	
Einzelhandel LEH	3	3	2	
Soziales	3	3	4	
Hotel	2	4	5	
Logistik	3	5	5	
Produktion	3	6	6	

6er Skala (Schulnoten)

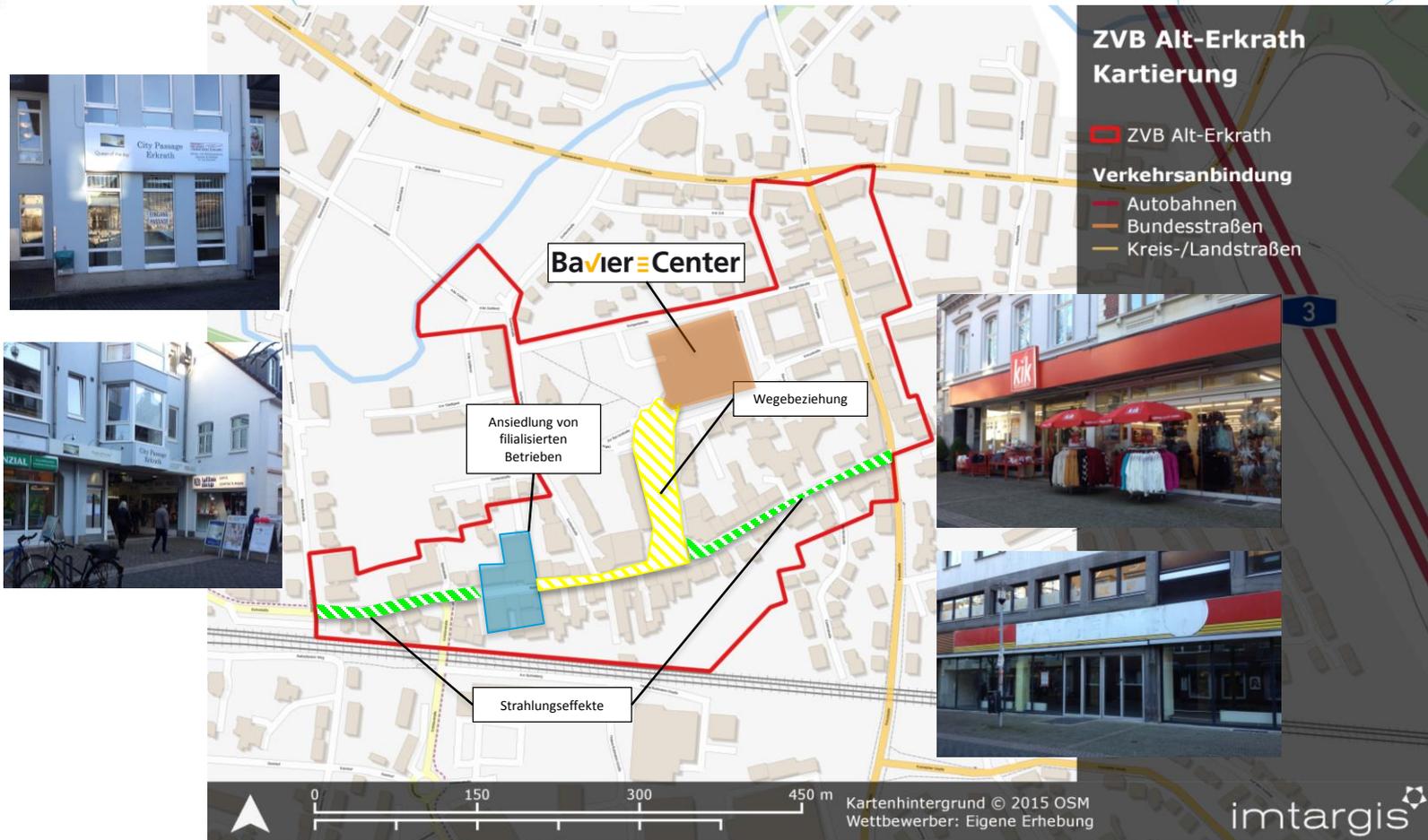
## 6. Lösungsansätze: Handlungsempfehlungen

- **Stärkung der Bahnstraße** durch die Ansiedlung filialisierter Handelsbetriebe auf verfügbaren Ladenflächen
- **Stärkung der Wegebeziehung** zwischen Bavier-Center und restlicher Innenstadt durch die Schaffung neuer Magnete
- **Strahlungseffekte** durch eine Erhöhung des Passantenstroms auf der Bahnstraße
- Flexibilität bei der Flächenaufteilung in Form von **Redevelopment-Maßnahmen** von Handelsimmobilien
- **Schaffung zentraler Parkflächen** durch die Umgestaltung des Untergeschosses der City-Passage

## 6. Lösungsansätze: Konzeptionelle Überlegungen

- Konzentration auf die **Ansiedlung neuer Betriebe** ohne Veränderung der Verkehrsführung in der Fußgängerzone
- Erstellung eines **Projektentwicklungskonzeptes** für freie Ladenflächen im Bereich Kodi, City-Passage, Kaiser´s Leerstand und KiK-Textildiscount
- Erstellung eines **Parkflächenkonzeptes** zur Erhöhung der Erreichbarkeit und zur Attraktivitätssteigerung des Parkflächenangebotes
- Fokus auf die **Wohnflächenentwicklung** auf dem Pose-Marré-Gelände sowie Am Wimmersberg

# 6. Lösungsansätze: Projektentwicklungskonzept



## 7. Key Takeaways

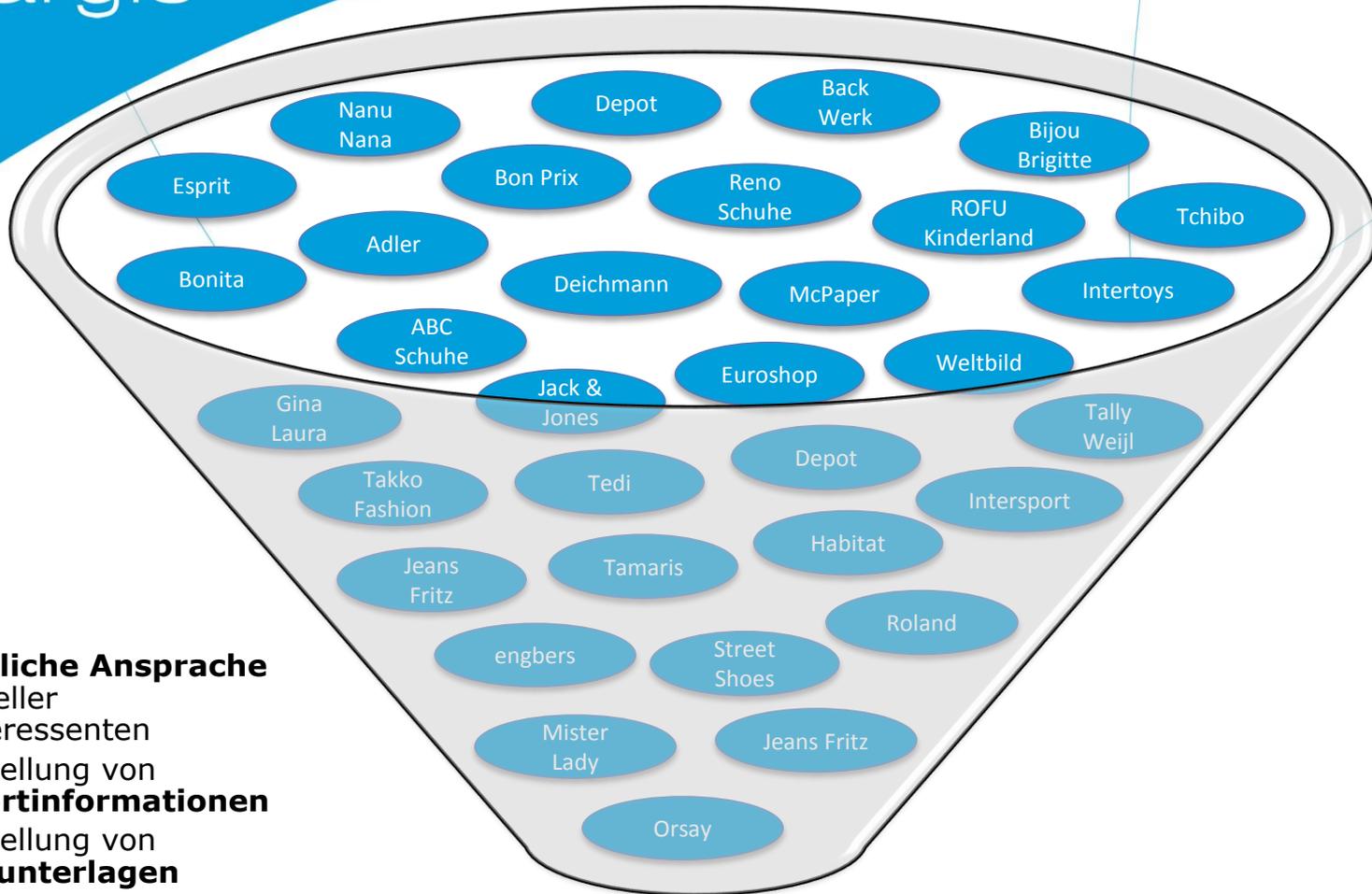
- Angebotsschwerpunkt im ZVB Alt-Erkrath ist das Bavier-Center
- Einzelhandelsdichte im westlichen Bereich der Bahnstraße höher als im östlichen Bereich
- Insgesamt geringer Filialisierungsgrad im ZVB Alt-Erkrath
- Starke Kopplungssynergien zwischen Bavier-Center und restlicher Innenstadt
- Kaufkraftabflüsse insbesondere nach Düsseldorf und Hilden zu verzeichnen, gefolgt von den Stadtteilen Unterfeldhaus und Hochdahl
- Vor allem Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Bücher/Schreibwaren, Sport- & Freizeitartikel, elektronische Artikel und Wohneinrichtungsartikel überwiegend in anderen Städten gekauft
- Innenstadt insgesamt vglw. schlecht bewertet, Bavier-Center schneidet besser ab
- Sortimentszentralitäten bestätigen identifizierte Angebotslücken aus der Telefonbefragung
- Gewünscht werden insb. namhafte Filialisten im Bereich Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Elektronik, Dekoration/Wohneinrichtung
- Wichtigste Lösungsansätze: Einzelhandel (Non-Food), Gastronomie, Parken, Freizeit/Sport/Wellness

# 8. Weiteres Vorgehen Maßnahmenkatalog

<b>Aufgaben Stadt Erkrath</b>	<b>Aufgaben imtargis im Rahmen des Projektentwicklungskonzeptes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innenstadtnahe Wohnraumförderung</li> <li>• Erstellung eines Parkflächenkonzeptes</li> <li>• Begleitung des Projektentwicklungskonzeptes durch gemeinsame Termine mit Eigentümern</li> <li>• Erstellung eines Stadtmarketingkonzeptes               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Analyse der touristischen Infrastruktur zur Ableitung von Kopplungsmöglichkeiten mit dem innerstädtischen Einzelhandel</li> <li>– Ideen zur Implementierung der Position Erkraths als Fundort des Neandertalers im innerstädtischen Raum</li> <li>– Organisation neuer Veranstaltungen bzw. Integration eines zusätzlichen Markttages</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzept zur Wiedervermietung von leerstehenden Handelsimmobilien</li> <li>• Vermarktungsunterlagen (Exposés) mit Standort- und Objektinformationen</li> <li>• Strategische Ansprache potenzieller Mietinteressenten - Versand individuell angepasster Vermarktungsunterlagen</li> <li>• Vertrauliche Sondierungsgespräche mit Eigentümern (ehem. Kaiser's-Immobilie, City-Passage, Immobilie KiK-Textildiscount)</li> <li>• Ansprache potenzieller Investoren</li> <li>• Begleitung der Projektentwicklung bis zum Mietvertragsabschluss</li> </ul>

# Beispiel für Redevelopment (C&A-Fläche in einer dt. Großstadt)





- **Persönliche Ansprache** potenzieller Mietinteressenten
- Bereitstellung von **Standortinformationen**
- Bereitstellung von **Objektunterlagen**
- Bereitstellung ausgewählter **Ergebnisse** aus der vorliegenden **Machbarkeitsanalyse**

?