BBE
Handelsberatung

Wissen schafft Zukunft.

Aktualisierung der Einzelhandelsdaten für das Standortkonzept Ortsteilzentrum Dörpfeldstraße in Berlin-Adlershof

20. Dezember 2019
Ergebnisbericht

BBE Handelsberatung GmbH
Dr. Ulrich Kollatz, Ute Menrath

© by BBE Handelsberatung GmbH

I. Makrostandort Berlin-Adlershof
- Bevölkerungsstruktur und -entwicklung -

BBE Handelsberatung

Einwohner-entwicklung	Ortsteil Adlershof	Veränderung zum Vorjahr	Bezirk Treptow-Köpenick	Veränderung zum Vorjahr	Stadt Berlin	Veränderung zum Vorjahr
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
31.12.2011	15.294	-	241.487	-	3.427.114	-
31.12.2012	15.523	1,5	243.844	1,0	3.469.621	1,2
31.12.2013	15.739	1,4	245.951	0,9	3.517.424	1,4
31.12.2014	16.442	4,5	249.440	1,4	3.562.166	1,3
31.12.2015	16.588	0,9	253.333	1,6	3.610.156	1,3
31.12.2016	17.350	4,6	259.524	2,4	3.670.622	1,7
31.12.2017	18.725	7,9	264.999	2,1	3.711.930	1,1
31.12.2018	19.568	4,5	269.775	1,8	3.748.148	1,0
30.06.2019	19.585	0,1	271.153	0,5	3.754.418	0,2
Prognose Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt						
Prognose 2025	**nicht ausgewiesen**		**272.000**		**3.803.000**	
Prognose 2030			**273.000**		**3.828.000**	

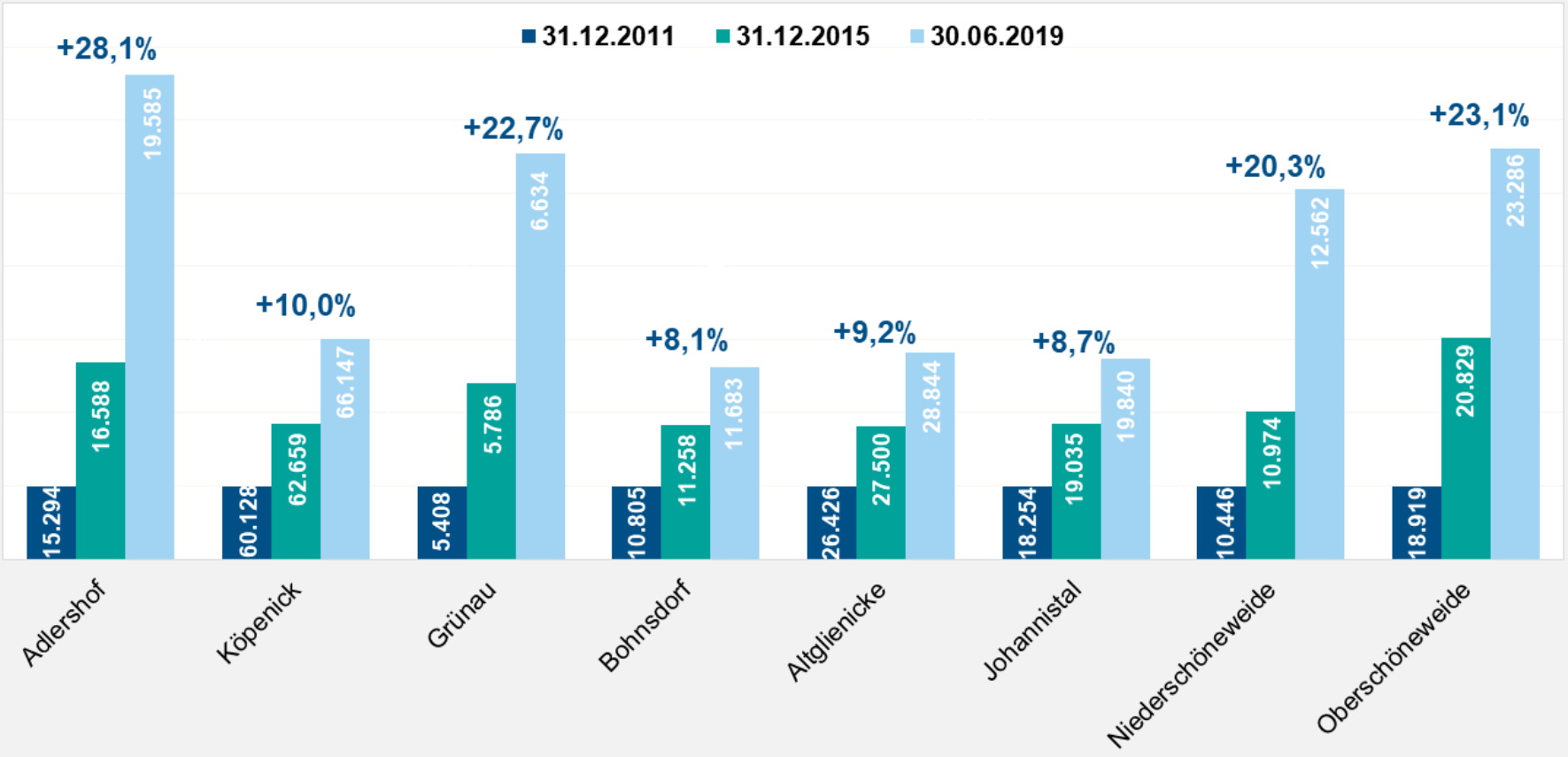
Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistischer Bericht der jeweiligen Jahre der melderechtlich registrierten Einwohner; Senatsverwaltung für Stadtentwicklung in Zusammenarbeit mit dem Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Bevölkerungsprognose für Berlin und die Bezirke 2015 - 2030

- Gemäß aktueller Datenbasis lebten zum Stichtag 30.06.2019 im Berliner Ortsteil Adlershof 19.585 Einwohner.
- Die Einwohnerzahlen der Stadt Berlin und des Ortsteils Adlershof sind seit einigen Jahren wieder ansteigend, seit dem Zensus 2011 sind kontinuierliche Zuwächse zu verzeichnen.
- Der Ortsteil Adlershof weist einen Zuwachs um 28,1% im Vergleich zum Jahr 2011 auf, im Bezirk Treptow-Köpenick ist die Bevölkerung um 12,3% gestiegen und in der Gesamtstadt um 9,6%.
- Auch zukünftig wird sich der positive Bevölkerungstrend weiter fortsetzen, gegenüber dem aktuellen Bevölkerungsstand (Juni 2019) wird für den Bezirk Treptow-Köpenick bis zum Jahr 2030 ein Zuwachs von rd. 0,7% prognostiziert.

I. Makrostandort Berlin-Adlershof
- Bevölkerungsstruktur und -entwicklung -

BBE Handelsberatung

Einwohnerentwicklung in angrenzenden Ortsteilen im Bezirk Treptow-Köpenick

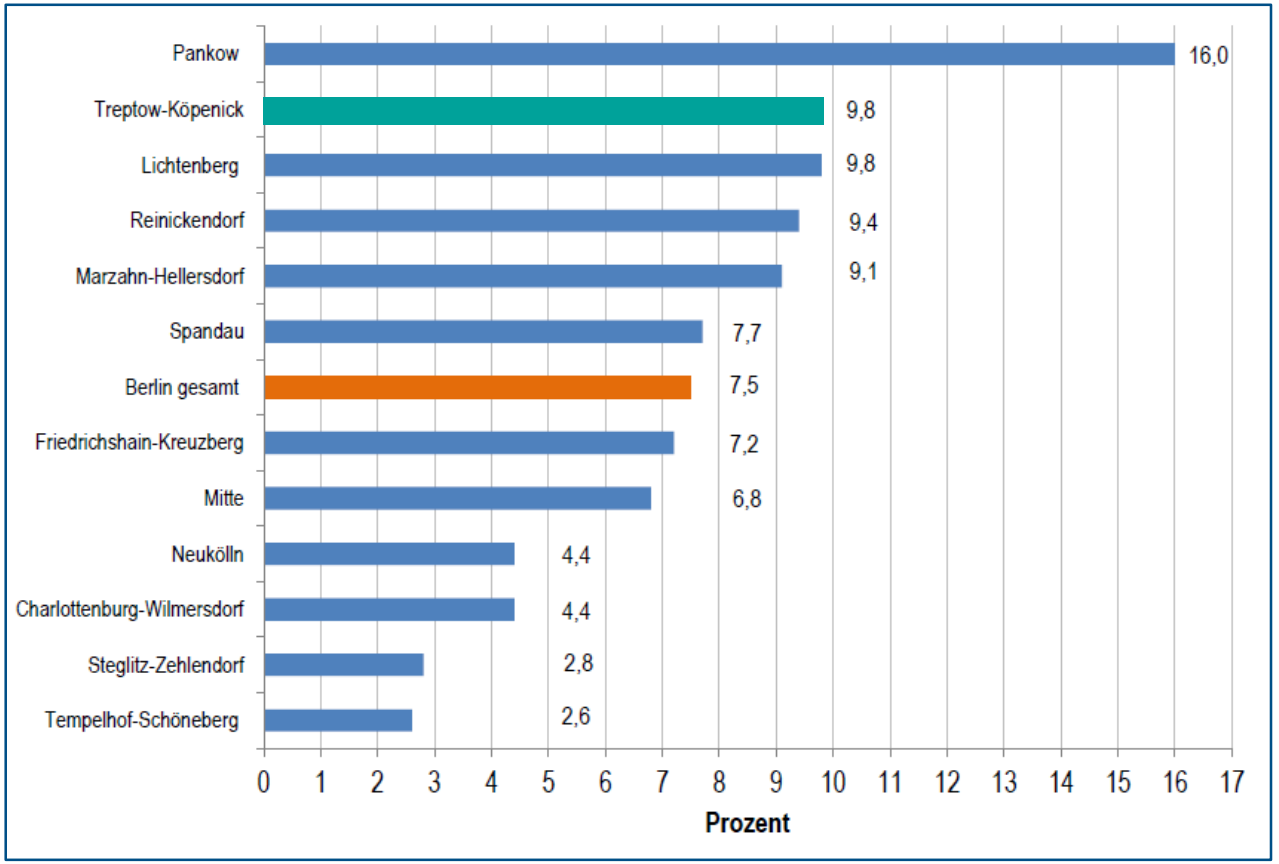


Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistische Berichte der jeweiligen Jahre der melderechtlich registrierten Einwohnerinnen und Einwohner am Ort der

I. Makrostandort Berlin-Adlershof
- Bevölkerungsstruktur und -entwicklung -

BBE Handelsberatung

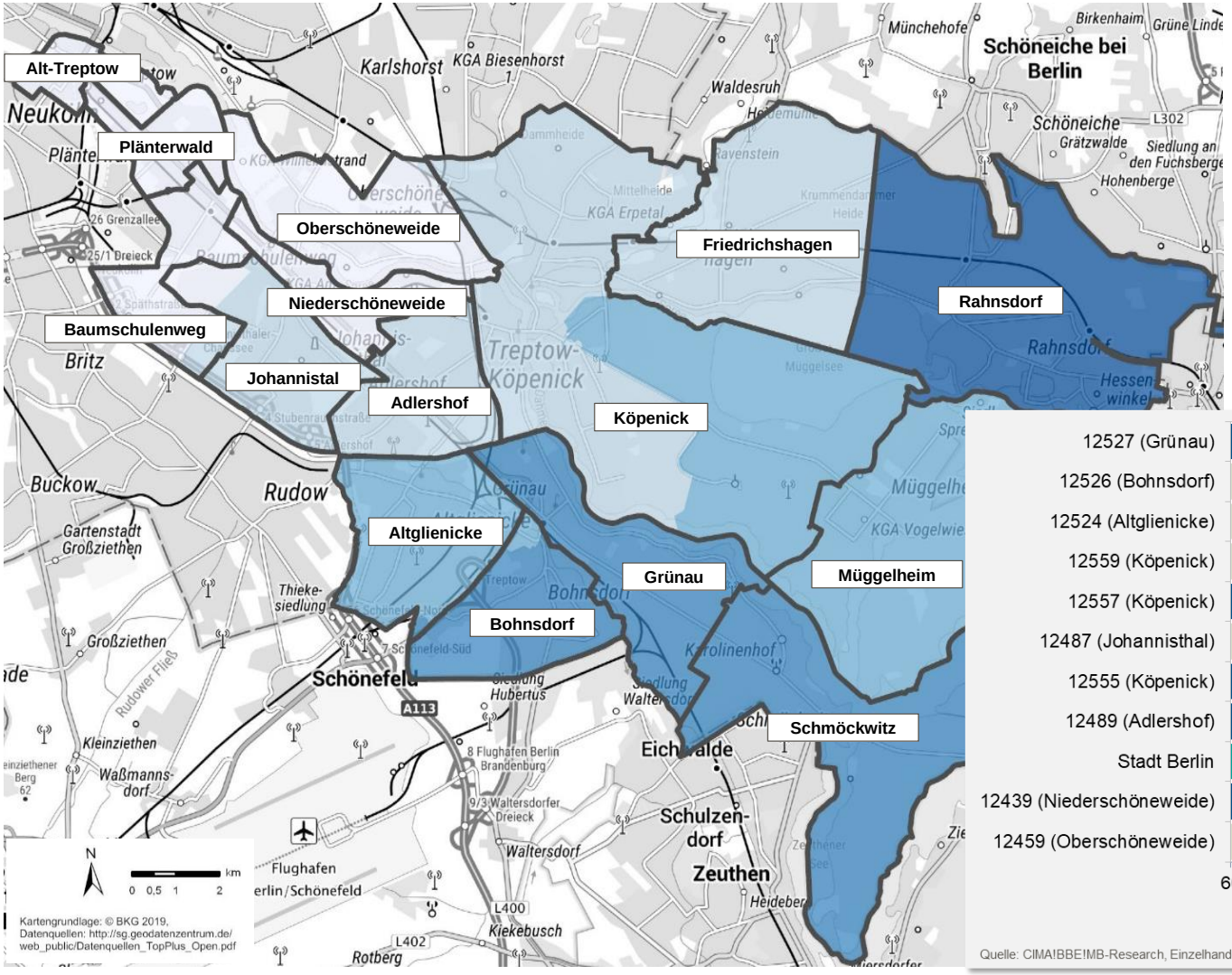
- Treptow-Köpenick gehört zu den Bezirken mit einem vergleichsweise hohen Bevölkerungswachstum. Bezogen auf das Basisjahr 2014 soll die Bevölkerung bis zum Jahr 2030 um annähernd 10,0% steigen.

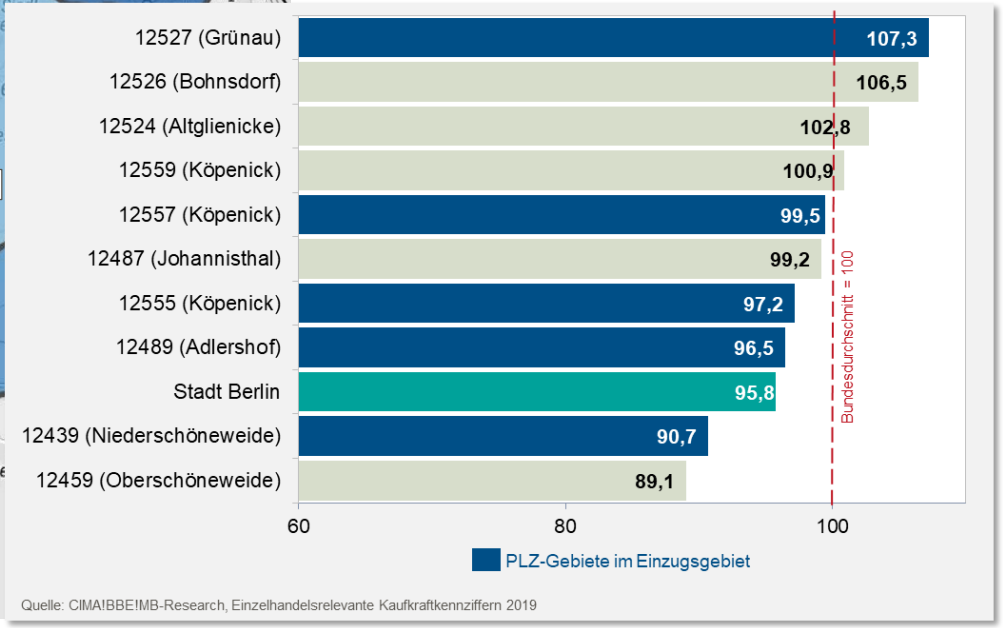


Quelle: Bevölkerungsprognose für Berlin und die Bezirke 2015-2030, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt, S. 27
Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

I. Makrostandort Berlin-Adlershof
- Kaufkraftsituation nach PLZ-Gebieten -

BBE Handelsberatung





I. Makrostandort Berlin-Adlershof
- Entwicklung seit 2015 -

BBE Handelsberatung

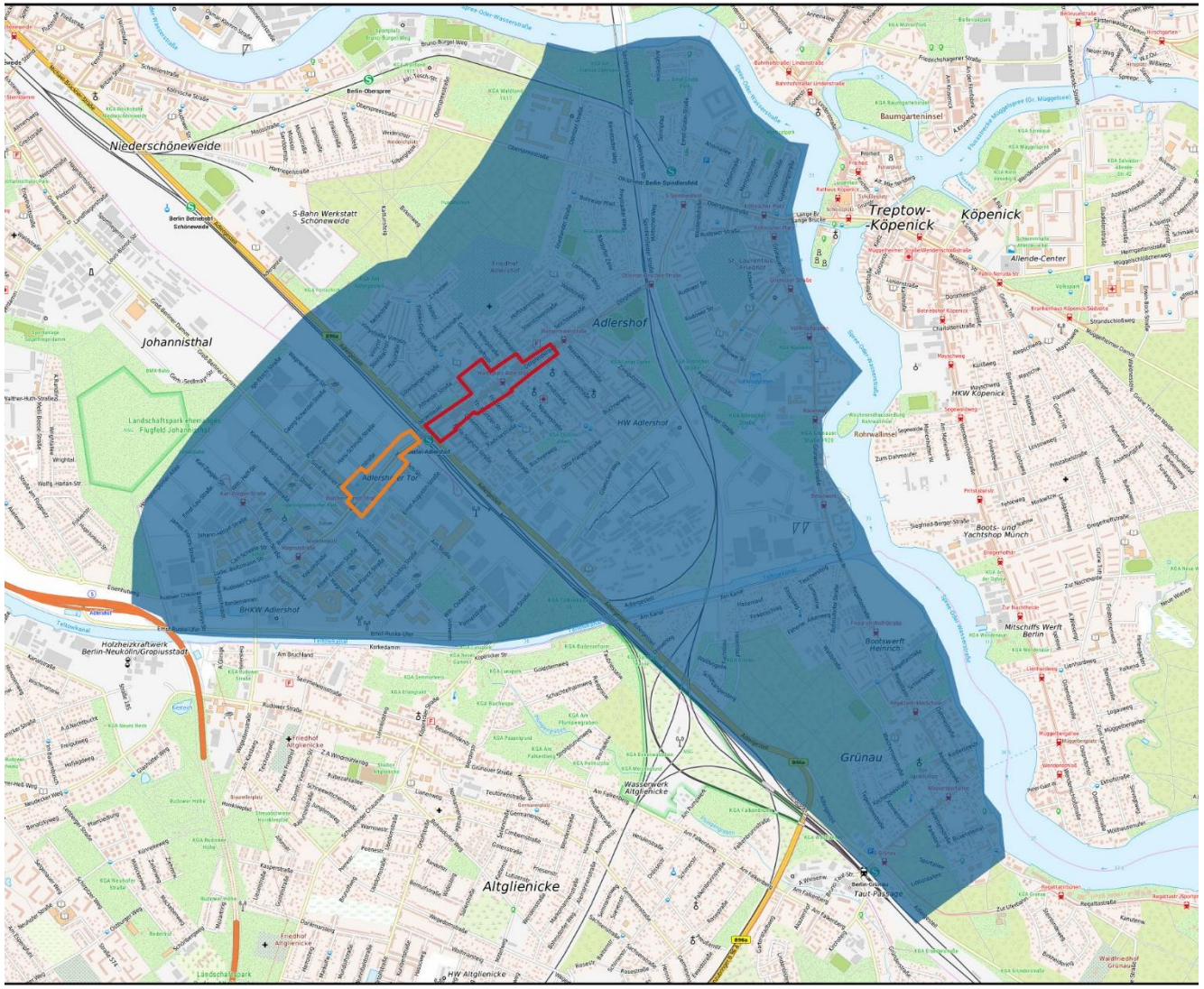
- Die positive Bevölkerungsentwicklung im Ortsteil Adlershof dauert seit 2011 an. Zwischen den Jahren 2011 und 2015 weist Adlershof einen Zuwachs von 8,5% auf, zwischen 2015 und 2019 machte die Bevölkerungsentwicklung mit 18,1% nochmals einen deutlichen Sprung.
- Im Vergleich mit den weiteren Ortsteilen im Bezirk Treptow-Köpenick ist in Adlershof eine deutlich überdurchschnittliche Entwicklung zu verzeichnen.
- Der Gesamtbezirk wuchs zwischen 2011 und 2015 um 4,9% und zwischen den Jahren 2015 und 2019 um weitere 7,0%. Bis zum Jahr 2025 wird für den Bezirk eine Einwohnerzahl von 272.000 und bis zum Jahr 2030 von 273.000 Einwohnern prognostiziert. Es kann jedoch davon ausgegangen werden, dass die Entwicklung noch positiver ausfällt. Die in der Prognose von 2015 für das Jahr 2020 ausgewiesene Einwohnerzahl von 268.000 wurde bereits im Jahr 2018 überschritten.
- Auch für den Ortsteil Adlershof ist weiterhin eine überdurchschnittliche Entwicklung zu erwarten:

Einwohnerzahl im Ortsteil Adlershof	2025	2030
bei durchschnittlicher Entwicklung des Bezirks Treptow-Köpenick	19.646 (+0,3%)	19.718 (+0,7%)
bei weiterhin überdurchschnittlicher Entwicklung	19.890 (+0,7%)	19.725 (+1,6%)

- Die Ortsteile im Bezirk Treptow-Köpenick weisen überwiegend Kaufkraftwerte auf, die zwar oberhalb des Berliner-Durchschnittswertes, jedoch unterhalb des bundesweiten Durchschnitts (=100) liegen (vgl. zur Kaufkraftentwicklung im Einzugsgebiet S. 10).

II. Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial
- Einzugsgebiet des Ortsteilzentrums Dörpfeldstraße -

BBE Handelsberatung



32.553 Einwohner im abgegrenzten Einzugsgebiet

N

0 125 250 500 m

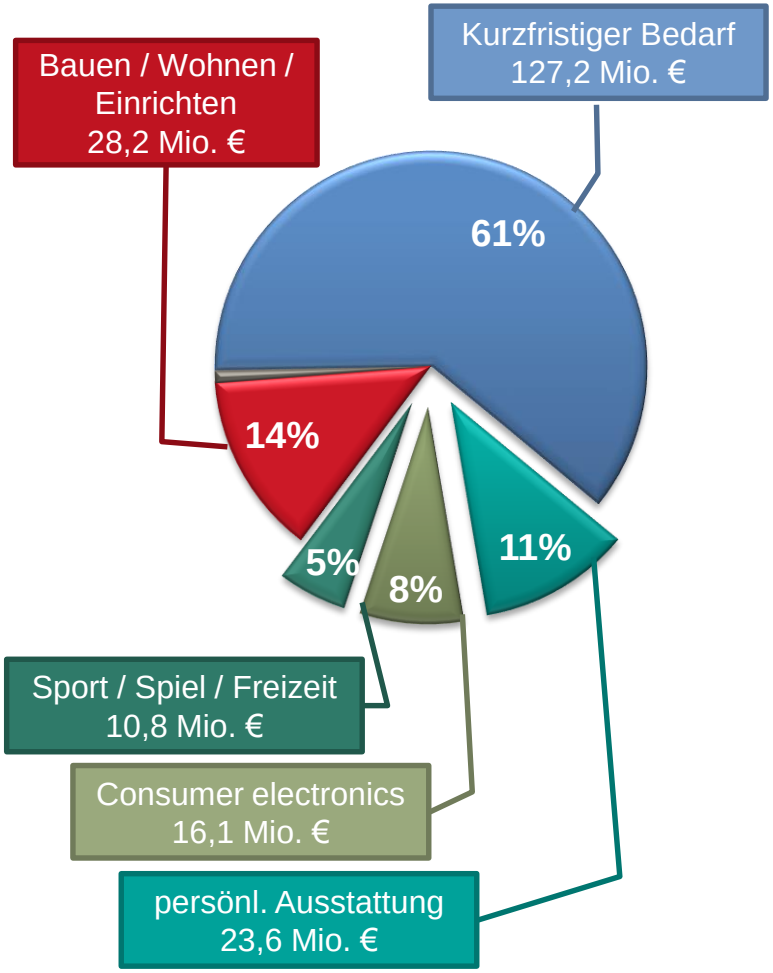
Kartengrundlage: © BKG 2019, Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf

II. Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial
- Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet 2019 -

BBE Handelsberatung

Sortimentsgruppe	Einzugsgebiet Dörpfeldstraße		
	Kaufkraft-kennziffer	Verbrauchs-ausgaben pro Kopf	Nachfrage-volumen
	in %	in €	in T€
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	102	2.477	80.630
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	110	387	12.610
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	100	56	1.820
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	108	732	23.840
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	106	105	3.420
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	107	96	3.130
Blumen	83	53	1.710
überwiegend kurzfristiger Bedarf	**104**	**3.906**	**127.160**
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	103	542	17.640
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	97	115	3.740
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	83	296	9.620
Gartenbedarf / Pflanzen	84	114	3.700
GPK**/Haushaltsgegenstände	92	54	1.770
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	91	87	2.830
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	86	151	4.900
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**92**	**1.358**	**44.200**
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	95	85	2.780
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	90	319	10.370
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	99	136	4.440
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	104	358	11.640
Foto / Optik / Akustik	100	93	3.020
Uhren / Schmuck	95	68	2.220
sonstiger Einzelhandel	97	55	1.800
überwiegend langfristiger Bedarf	**97**	**1.114**	**36.270**
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	**100**	**6.378**	**207.630**
Einwohner			**32.553**

*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / **GPK = Glas, Porzellan, Keramik
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Datenstand: 2019)



II. Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial
- Nachfrageentwicklung im Einzugsgebiet 2016 bis 2030

BBE Handelsberatung

Sortimentsgruppe	Einzugsgebiet Dörpfeldstraße					
	2016	2019	2025 (pess.)	2025 opt.)	2030 (pess.)	2030 (opt.)
	Nachfragepotenzial in Mio. €					
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	68,8	80,6	80,9	84,4	81,2	86,0
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	11,0	12,6	12,6	13,2	12,7	13,5
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	1,5	1,8	1,8	1,9	1,8	1,9
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	19,0	23,8	23,9	25,0	24,0	25,4
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3,1	3,4	3,4	3,6	3,4	3,6
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	2,7	3,1	3,1	3,3	3,2	3,3
Blumen	1,6	1,7	1,7	1,8	1,7	1,8
überwiegend kurzfristiger Bedarf	**107,7**	**127,2**	**127,5**	**133,2**	**128,0**	**135,7**
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	15,6	17,6	17,7	18,5	17,8	18,8
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	3,4	3,7	3,8	3,9	3,8	4,0
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	9,5	9,6	9,6	10,1	9,7	10,3
Gartenbedarf / Pflanzen	3,2	3,7	3,7	3,9	3,7	3,9
GPK**/Haushaltsgegenstände	1,6	1,8	1,8	1,9	1,8	1,9
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	2,4	2,8	2,8	3,0	2,8	3,0
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	3,3	4,9	4,9	5,1	4,9	5,2
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**39,0**	**44,2**	**44,3**	**46,3**	**44,5**	**47,2**
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	2,4	2,8	2,8	2,9	2,8	3,0
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	8,9	10,4	10,4	10,9	10,4	11,1
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	4,2	4,4	4,5	4,6	4,5	4,7
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	10,7	11,6	11,7	12,2	11,7	12,4
Foto / Optik / Akustik	2,7	3,0	3,0	3,2	3,0	3,2
Uhren / Schmuck	1,9	2,2	2,2	2,3	2,2	2,4
sonstiger Einzelhandel	1,7	1,8	1,8	1,9	1,8	1,9
überwiegend langfristiger Bedarf	**32,6**	**36,3**	**36,4**	**38,0**	**36,5**	**38,7**
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	**179,3**	**207,6**	**208,2**	**217,4**	**209,0**	**221,5**
Entwicklung des einzelhandelsrel. Potenzials			**0,3%**	**4,7%**	**0,7%**	**6,7%**
Einwohnerentwicklung	**30.645**	**32.553**	**32.650**	**33.096**	**32.770**	**32.924**
Kaufkraftentwicklung	**94,0**	**100,2**	**100,2**	**103,2**	**100,2**	**105,7**

*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / **GPK = Glas, Porzellan, Keramik
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Datenstand: 2019), Bevölkerungsprognose für Berlin und die Bezirke 2015 - 2030

pessimistische Variante:

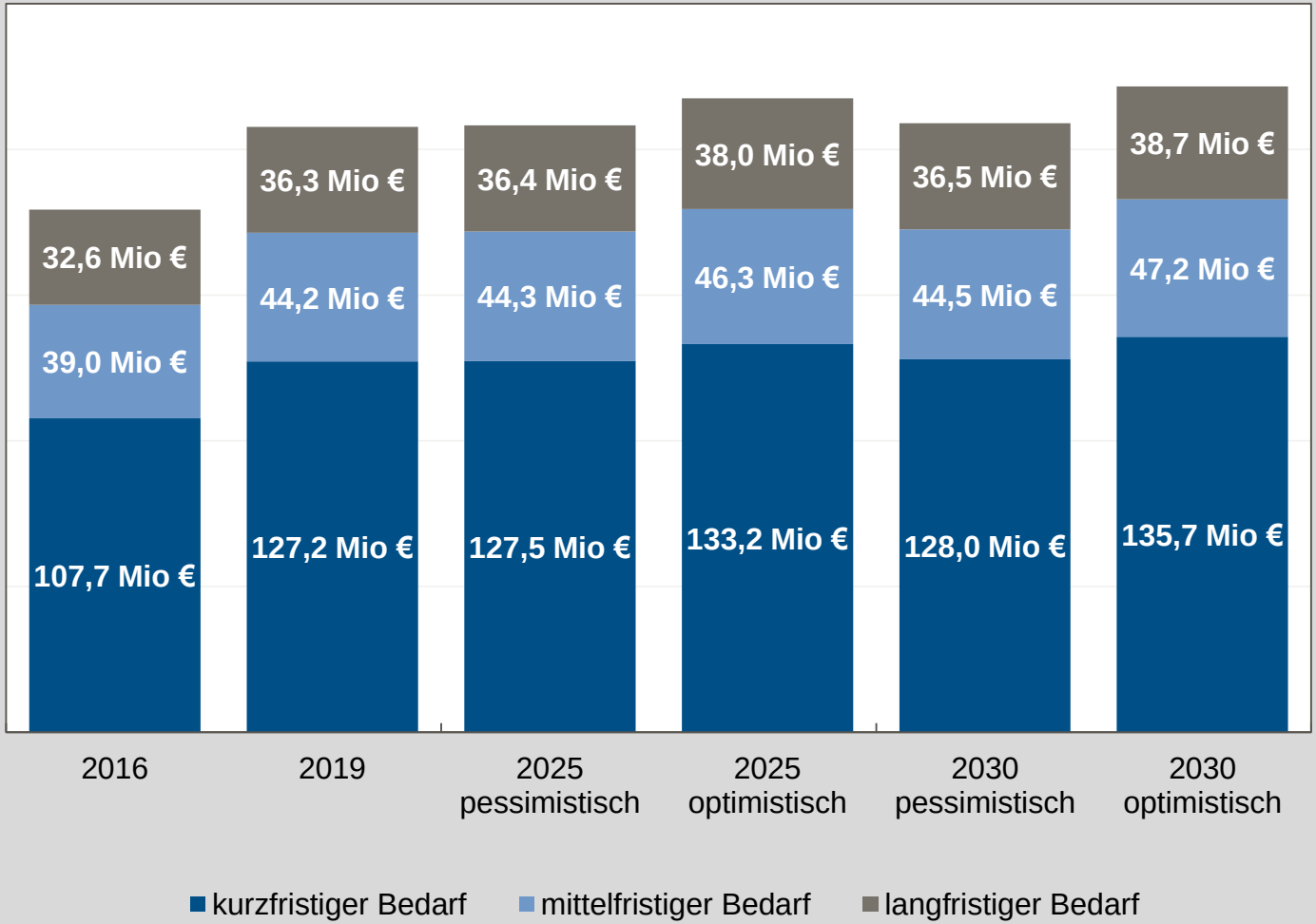
- Kaufkraftentwicklung stagniert
- durchschnittliche Bevölkerungs-entwicklung im Einzugsgebiet wie im Bezirk Treptow-Köpenick

optimistische Variante:

- Kaufkraftentwicklung steigt um +0,5%-Punkte pro Jahr
- anhaltende überdurchschnittliche Bevölkerungsentwicklung in den Ortsteilen des Einzugsgebietes

II. Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial
- Nachfrageentwicklung im Einzugsgebiet 2016 bis 2030 -

BBE Handelsberatung



II. Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial
- Entwicklung seit 2016-

BBE Handelsberatung

- Die Abgrenzung des Einzugsgebietes hat sich im Vergleich mit der Situation 2016 nicht verändert. Jedoch ist davon auszugehen, dass die Ausstrahlung in manchen Teilgebieten aufgrund der Schließung der Marktpassage tendenziell leicht rückläufig war.
- Im abgegrenzten Einzugsgebiet leben aktuell 32.553 Einwohner. Im Vergleich zum Jahr 2016 ist das Bevölkerungspotenzial um 1.908 Einwohner (+6,2%) gewachsen.
- Gegenüber 2016 ist im Einzugsgebiet ein Marktpotenzialzuwachs von rd. 28,3 Mio. € festzustellen. Das liegt zum einen an der Bevölkerungsentwicklung, zum anderen sind auch die einzelhandelsrelevanten Ausgaben pro Kopf und Jahr von 5.852 € auf 6.378 € gestiegen.
- Die deutlichsten Zuwächse zeigen sich im kurzfristigen Bedarfsbereich, im Bereich Sport/ Spielwaren und in den Warengruppen der persönlichen Ausstattung (Bekleidung, Schuhe, Uhren/Schmuck).

Sortimentsgruppe	2016	2019	Entw. 2016-2019
Kurzfristiger Bedarf	107,7 Mio. €	127,2 Mio. €	18,1%
persönl. Ausstattung	20,9 Mio. €	23,6 Mio. €	12,9%
Consumer electronics	14,9 Mio. €	16,1 Mio. €	8,1%
Sport / Spiel / Freizeit	8,4 Mio. €	10,8 Mio. €	28,6%
Bauen / Wohnen / Einrichten	25,6 Mio. €	28,2 Mio. €	10,2%

- Unberücksichtigt bleiben zusätzliche Marktpotenziale, die aufgrund der Arbeitsplätze innerhalb und im Umfeld des Einzugsgebietes vorhanden sind.
- Für die nächsten Jahre stellt sich aufgrund der positiven Bevölkerungsentwicklung in jedem Fall weiterhin auch eine positive Marktpotenzialentwicklung dar. Bis zum Jahr 2025 bewegt sich diese in einer Spannweite zwischen +0,3 - 4,6% und bis zum Jahr 2030 zwischen +0,7 – 6,7% gegenüber 2019.

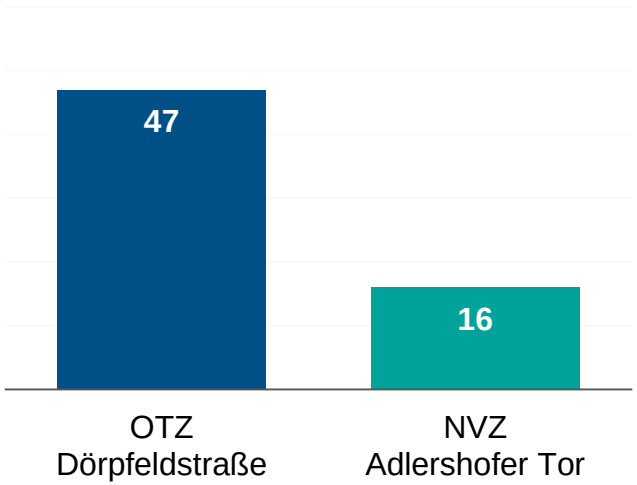
III. Einzelhandelsbesatz

BBE Handelsberatung

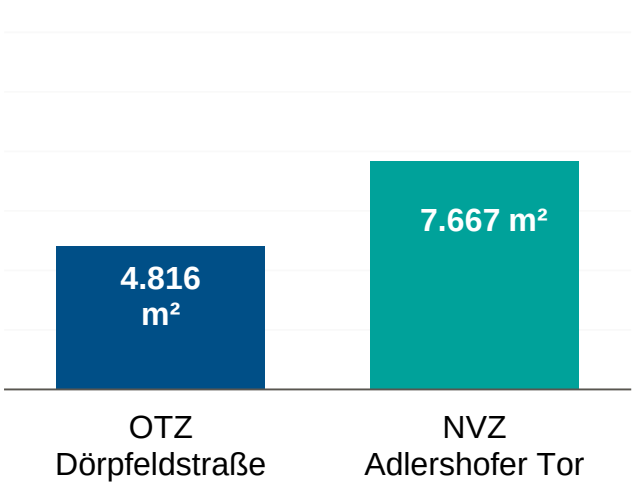
Einzelhandelsbesatz 2019

- **63 Anbieter in beiden Zentren gemeinsam**
- **12.483 m² Verkaufsfläche insgesamt**
- **67,4 Mio. € Umsatzbindung insgesamt**

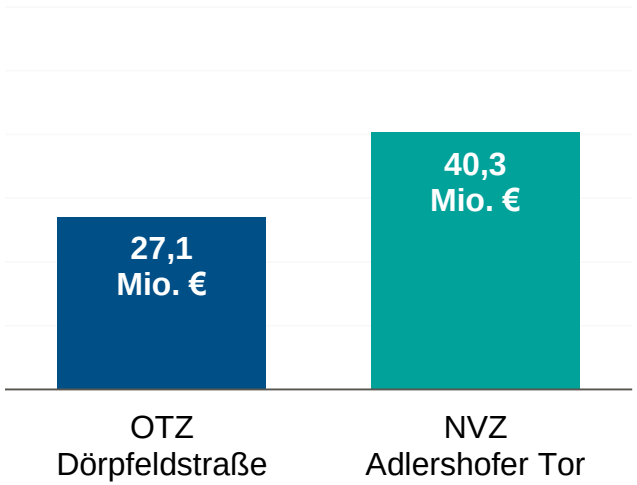
Einzelhandelsbetriebe:



Verkaufsflächen:



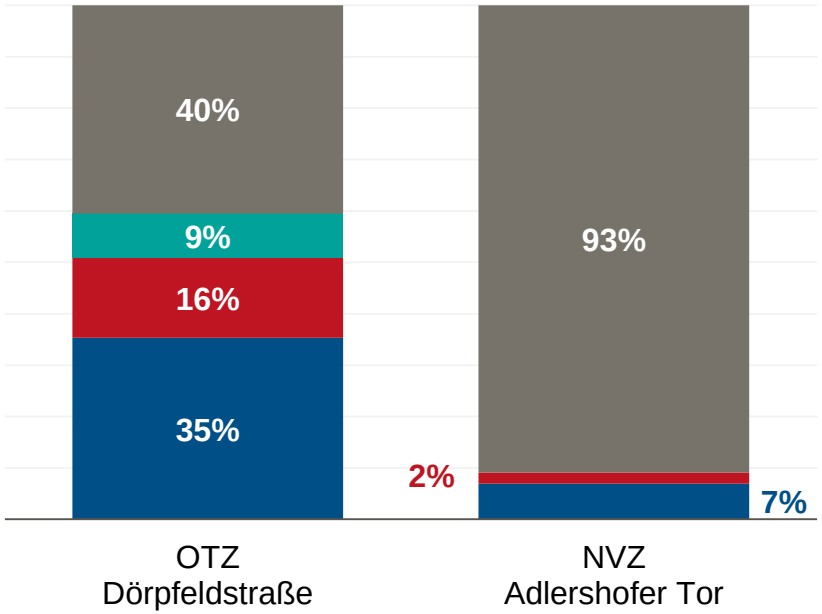
Umsatz:



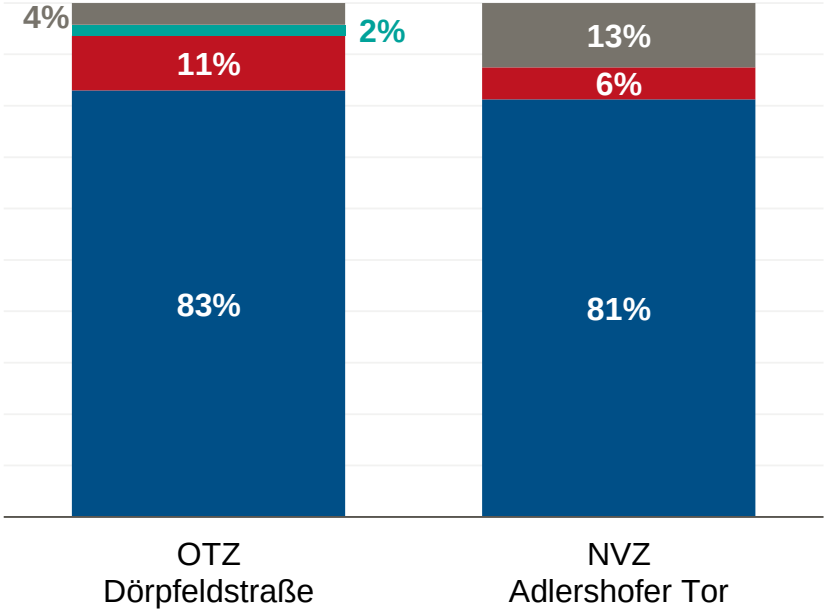
III. Einzelhandelsbesatz
- Größenstruktur der Verkaufsflächen -

BBE Handelsberatung

… nach Anteilen an der Gesamtverkaufsfläche



… nach Anteilen an der Unternehmenszahl



VKF <100 m² | VKF 100 m² bis <300 m² | VKF 300 m² bis <800 m² | VKF ab 800 m²

III. Einzelhandelsbesatz

- Verkaufsflächenbesatz nach Standortlage -

BBE Handelsberatung

	OTZ Dörpfeldstraße		NVZ Adlershofer Tor		gesamt	
	in m²	in %	in m²	in %	in m²	in %
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. Bäcker / Fleischer)	1.825	28	4.777	72	6.602	100
Drogerie / Parfümerie	780	57	579	43	1.359	100
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	215	78	60	22	275	100
Blumen / Heimtierbedarf	210	59	147	41	357	100
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	350	62	218	38	568	100
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	265	21	969	79	1.234	100
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	55	20	214	80	269	100
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	51	45	63	55	114	100
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	80	25	244	75	324	100
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.			53	100	53	100
Sportartikel/Fahrräder			25	100	25	100
Haustextilien/Heimtextilien			44	100	44	100
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	540	100			540	100
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	60	51	58	49	118	100
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	145	50	146	50	291	100
Foto/Optik/Akustik	205	75	70	25	275	100
Uhren/Schmuck	35	100			35	100
sonstiges						
Einzelhandel gesamt	**4.816**	**39**	**7.667**	**61**	**12.483**	**100**
Anzahl Betriebe	**47**	**75**	**16**	**25**	**63**	**100**

III. Einzelhandelsbesatz
- Entwicklung seit 2016 -

BBE Handelsberatung

- Gegenüber dem Erhebungszeitpunkt 2016 ist in der aktuellen Bestandssituation über beide betrachteten Zentren saldiert lediglich ein Verlust von zwei Einzelhandelsbetrieben festzustellen, entsprechend den nachfolgenden Ausführungen jedoch mit unterschiedlichen Entwicklungen im Ortsteilzentrum Dörpfeldstraße und im Nahversorgungszentrum Adlershofer Tor. In Konsequenz führte dies zu einer Verschiebung in der Flächenausstattung zwischen den beiden zentralen Versorgungsbereichen.
- Der Schwerpunkt der Einzelhandelsausstattung liegt mit 47 Betrieben weiterhin im Ortsteilzentrum (2016: 55 Betriebe). Durch die Schließung der Einzelhändler in der Marktpassage, in der aktuell nur noch die Apotheke geöffnet hat, sind insgesamt 9 Betriebe weggefallen. Darunter wichtige Magnetbetriebe wie der REWE-Supermarkt, MäcGeiz, Kik und Rossmann. Zusätzlich zeigen sich einzelne Veränderungen in den Fachgeschäften entlang der Dörpfeldstraße.
- Der Kaiser‘s Supermarkt wurde zwischenzeitlich durch einen EDEKA-Markt ersetzt, der über eine sehr gute Kundenakzeptanz im Ortsteilzentrum verfügt.
- Im Nahversorgungszentrum haben sich sechs zusätzliche Anbieter angesiedelt, die Anbieterzahl stieg folglich auf 16 Einzelhandelsbetriebe (2016: 10 Betriebe). Ausschlaggebend dafür waren die Entwicklungen an der Rudower Chaussee 5b, in die Einzelhandelsnutzungen im Erdgeschossbereich einbezogen wurden. Die neuen Anbieter sind im Schwerpunkt dem kurzfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen.
- Die aktuellen Entwicklungen im Ortsteilzentrum haben zu einem deutlichen Rückgang der Verkaufsflächenstrukturen geführt. Allein durch die Schließung der Marktpassage ist ein Verkaufsflächenrückgang von rd. 3.700 m² zu konstatieren, vorrangig in den größeren Flächeneinheiten (Betriebe mit mehr als 300 m² Verkaufsfläche). Der Verkaufsflächenbesatz weist folglich mit 51% jetzt einen deutlich höheren Verkaufsflächenanteil der kleinteiligen Betriebe mit weniger als 300 m² Verkaufsfläche auf (2016: 26%).
- Die Schließung des REWE-Supermarktes konnte teilweise durch Umsatzsteigerungen der weiteren Lebensmittelmärkte in den zentralen Versorgungsbereichen aufgefangen werden, die ihre Marktstellung verbessert haben.
- Durch Schließung des Non-Food Discounters MäcGeiz und des Textilmarktes Kik hat sich in den wichtigen zentrenrelevanten Warengruppen Bekleidung, GPK/Hausrat und Spielwaren aktuell der Schwerpunkt des Verkaufsflächenbesatzes ins Nahversorgungszentrum Adlershofer Tor verschoben.
- Letztlich führten diese Verkaufsflächenentwicklungen zu einer geringeren Nachfragebindung, die Bestandsstrukturen konnten den Flächenrückgang nur partiell kompensieren. Insgesamt ist gegenüber 2016 aktuell ein Umsatzrückgang von 1,8 Mio. € (-2,6%) festzustellen.

IV. Kaufkraftbindung
- aktuelle Bindungsquoten -

BBE Handelsberatung

	Marktpotenzial Einzugsgebiet	Kaufkraftbindung OTZ Dörpfeld-straße	Kaufkraftbindung NVZ Adlers-hofer Tor	Kaufkraft-bindung gesamt	Saldo Zu- und Abfluss
	in T€	in %	in %	in %	in T€
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. Bäcker / Fleischer)	80.630	12	33	46	-43.700
Drogerie / Parfümerie	12.610	36	25	62	-4.810
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	23.840	22	5	27	-17.430
Blumen / Heimtierbedarf	3.530	24	27	50	-1.750
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	6.550	24	22	47	-3.480
überwiegend kurzfristiger Bedarf	**127.160**	**17**	**27**	**44**	**-45.020**
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	17.640	5	14	18	-14.400
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	3.740	5	16	20	-2.990
Heimwerker/Autozubehör/Gartenbedarf	13.320	2	3	5	-12.680
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	1.770	18	48	66	-600
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	2.830	0	10	10	-2.540
Sportartikel/Fahrräder	4.900	0	3	3	-4.760
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**44.200**	**4**	**10**	**14**	**-37.970**
Haustextilien/Heimtextilien	2.780	0	9	9	-2.540
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	10.370	7	0	7	-9.610
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	4.440	3	7	10	-4.000
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	11.640	10	8	17	-9.620
Foto/Optik/Akustik	3.020	34	14	48	-1.570
Uhren/Schmuck	2.220	13	0	13	-1.940
sonstiges	1.800	0	0	0	-1.800
überwiegend langfristiger Bedarf	**36.270**	**9**	**5**	**14**	**-31.080**
Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt	**207.630**	**13**	**19**	**32**	**-140.220**

IV. Kaufkraftbindung
- Revitalisierung der Marktpassage -

BBE Handelsberatung

- Aktuell bestehen intensive Planungsarbeiten zur Revitalisierung der Marktpassage.
- Gemäß aktueller Planungen sind vier Einzelgebäude mit Wohnnutzungen in den Obergeschossen vorgesehen.
- Für die Erdgeschossnutzungen stehen rd 7.000 m² Nutzfläche zur Verfügung, die durch Einzelhandel, aber auch Gastronomie und soziale Einrichtungen (u.a. Kita) belegt werden sollen.
- Ein REWE-Supermarkt soll wieder als Magnetbetrieb fungieren und zukünftig eine Geschossfläche von ca. 2.500 m² (~ 1.800 m² Verkaufsfläche) besetzen
- Kleinflächige Einzelhandelsstrukturen, insbesondere im mittelfristigen Bedarfsbereich, sollten vermieden werden, um keine Konkurrenz zum Facheinzelhandelsangebot entlang der Dörpfeldstraße zu schaffen.

IV. Kaufkraftbindung
- Zielbindungsquoten und Verkaufsflächenpotenziale -

BBE Handelsberatung

	EH-Umsatz OTZ Dörpfeld-straße + NVZ Adlershofer Tor	aktuelle Kaufkraft-bindung	Ziel-Kaufkraft-bindung	zusätzliches Umsatz-potenzial	ø Flächen-leistung	Entwicklungs-potenzial Verkaufsfläche
	T€	%	%	T€	€ / m²	m²
Nahrungs- u. Genussmittel (inkl. Bäcker / Fleischer)	36.930	46	65	15.500	4.000	3.880
Drogerie / Parfümerie	7.800	62	75	1.700	5.500	310
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	6.410	27	50	5.500	25.000	220
Blumen / Heimtierbedarf	1.780	50	70	700	3.000	230
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	3.070	47	50	200	4.500	40
überwiegend kurzfristiger Bedarf	**55.990**	**44**	**63**	**23.600**		**4.680**
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	3.240	18	30	2.100	3.300	640
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	750	20	30	400	3.000	130
Heimwerker/Autozubehör/Gartenbedarf	640	5	5			
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	1.170	66	85	300	2.200	140
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	290	10	30	600	3.000	200
Sportartikel/Fahrräder	140	3	30	1.300	2.500	520
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**6.230**	**14**	**23**	**4.700**		**1.630**
Haustextilien/Heimtextilien	240	9	15	200	1.700	120
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	760	7	7			
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	440	10	10			
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	2.020	17	17			
Foto/Optik/Akustik	1.450	48	48			
Uhren/Schmuck	280	13	25	300	7.000	40
sonstiges	0	0	10	200	2.500	80
überwiegend langfristiger Bedarf	**5.190**	**14**	**3**	**700**		**240**
Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt	**67.410**	**32**	**44**	**29.000**		**6.550**

IV. Kaufkraftbindung
- Zielbindung -

BBE Handelsberatung

- Insgesamt kann der Einzelhandel in den beiden Zentren aktuell nur noch eine Bindungsquote von 32% im abgegrenzten Einzugsgebiet erzielen. Von dem im Einzugsgebiet vorhandenen Marktpotenzial von insgesamt 207,6 Mio. € fließen demnach aktuell rd. 140,2 Mio. € an Standorte außerhalb des Einzugsgebietes ab.
- Die rückläufige Bindungsquote ergibt sich aus dem Zusammenspiel eines gestiegenen Marktpotenzials im Einzugsgebiet bei gleichzeitigem Umsatzrückgang in einzelnen Warengruppen.
- Maßgeblich tragen dazu Umsatzrückgänge im kurzfristigen Bedarfsbereich bei, insbesondere in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie/Parfümerie.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich haben insbesondere die Schließungen von MäcGeiz und Kik zu einem Rückgang der Bindungsquoten in den Warengruppen Bekleidung/Wäsche auf 18% (2016: 24%) und GPK/Hausrat auf 66% (2016: 83%) geführt.
- Im langfristigen Bedarfsbereich sind die Umsätze annähernd unverändert geblieben. Bei einem um 3,7 Mio. € gestiegenen Marktpotenzial ist ein geringfügiger Rückgang der Bindungsquote von 16% auf 14% auszumachen.

- In der Tabelle auf Seite 17 werden für das Einzugsgebiet potenzielle Bindungs- und Entwicklungschancen in den einzelnen Warengruppen aufgezeigt. Für eine Steigerung der Bindungsquoten bedarf es mit Blick auf die prognostizierte positive Nachfrageentwicklung auch einer branchenspezifischen quantitativen und qualitativen Angebotsentwicklung.
- Realistische Zielbindungsquoten zeigen das zur Verfügung stehende Umsatzpotenzial auf und lassen unter Annahme von durchschnittlichen Flächenproduktivitäten Rückschlüsse auf verbleibende Verkaufsflächenpotenziale zu.
- Die Planungen für den Standort der Marktpassage tragen wesentlich zur Entwicklung des Ortsteilzentrums bei. Hier bieten sich Möglichkeiten zur Einbindung branchentypischer Fachmarktkonzepte unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit, für die innerhalb des Ortsteilzentrums keine Flächenpotenziale bestehen.
- Maßgeblich sind die resultierenden Verkaufsflächenpotenziale je Warengruppe, die einzeln durch spezialisierte Fachmärkte aufgegriffen werden können, möglich ist aber auch das Aufgreifen verschiedener warengruppenspezifischer Potenziale durch einen Anbieter, beispielsweise durch einen Non-Food-Discounter.

IV. Kaufkraftbindung 2019
- Warengruppenspezifische Entwicklungspotenziale -

BBE Handelsberatung

Kurzfristiger Bedarfsbereich

- bei einer realistischen Steigerung der Bindungsquote auf ca. 65% in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ergeben sich zusätzliche Umsatz- und Verkaufsflächenpotenziale von 15,5 Mio. € bzw. 3.880 m². Mit der geplanten Wiederansiedlung eines REWE-Supermarktes nach Revitalisierung der Marktpassage können aktuell bestehende Kaufkraftabflüsse zukünftig wieder stärker gebunden werden. Verbleibende Flächenpotenziale bieten zudem Möglichkeiten zur Entwicklung bestehender Märkte sowie Ansiedlung ergänzender kleinflächiger Angebote.
- Auch in den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereiches ergeben sich Ansiedlungspotenziale. So beispielsweise auch in der Warengruppe Drogerie. Ein über die ausgewiesenen Verkaufsflächenpotenziale im Drogeriebereich hinausgehender Verkaufsflächenanteil in dieser Warengruppe würde lediglich eine Umsatzverteilung gegenüber dem dm-Markt bedeuten, der jedoch durch Schließung des ehemaligen, kleineren Rossmann-Drogeriemarktes Umsatzzuwächse zu verzeichnen hatte. Die auf Seite 17 ausgewiesenen Verkaufsflächenpotenziale können, abgestimmt auf aktuelle Anbieterprofile, eher durch eine Parfümerie oder durch ein entsprechendes Drogeriesortiment beispielsweise in einem Non-Food-Discounter aufgegriffen werden.

Mittelfristiger- und langfristiger Bedarfsbereich

- Wesentliche Verkaufsflächenpotenziale sind in den Warengruppen Bekleidung/Wäsche und Sportartikel abzuleiten. Hier bieten sich Marktchancen für Fachmarktkonzepte jeweils unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit. In der Sortimentsgruppe Bekleidung sind diese stärker auszurichten auf den preisorientierten Textilmarktbereich (Kik, Ernsting‘s family, NKD o.ä.), um die hochpreisigen Boutiquen an der Dörpfeldstraße zu ergänzen und einen direkten Wettbewerb mit diesen zu vermeiden.
- In der Sortimentsgruppe Sportartikel/ Fahrräder ist der außerhalb der Abgrenzungen des Ortsteilzentrums gelegene Fahrradladen zusätzlich zu berücksichtigen, sodass sich zusätzliche Potenziale insbesondere im Sportartikelbereich ergeben.
- Die ausgewiesenen Umsatz- und Verkaufsflächenpotenziale der Warengruppe GPK/ Hausrat machen in Verbindung mit weiteren Sortimentsgruppen (bspw. Spielwaren, Haus-/Heimtextilien, Drogerie) die bereits angesprochene Wiederansiedlung eines Non-Food-Discounters möglich, deren Größendimensionierung aber ebenfalls unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit verbleiben sollte.
- Für einen Großteil der Warengruppen, insbesondere im langfristigen Bedarfsbereich, ergeben sich aufgrund geringerer Bindungschancen und Versorgungsfunktionen der beiden Zentren keine Entwicklungsperspektiven. Dies betrifft die Warengruppen Heimwerker-/ Gartenbedarf, Möbel, Elektronik, Unterhaltungselektronik.

Ihre Ansprechpartner

Dr. Ulrich Kollatz

Leitung Niederlassung Leipzig

BBE Handelsberatung GmbH
Niederlassung Leipzig
Uferstraße 21 · 04105 Leipzig

Tel +49 341 98386-73
Fax +49 341 98386-80
E-Mail kollatz@bbe.de
Web www.bbe.de

Ute Menrath

Consultant Niederlassung Leipzig

BBE Handelsberatung GmbH
Niederlassung Leipzig
Uferstraße 21 · 04105 Leipzig

Tel +49 341 98386-74
Fax +49 341 98386-80
E-Mail menrath@bbe.de
Web www.bbe.de