Wissen schafft Zukunft.

Geschäftsstraßenkonzept für das Ortsteilzentrum Dörpfeldstraße

Analyse Angebots- und Nachfragesituation
Anlage 1

Workshop am 25.08.2016

BBE Handelsberatung GmbH
Dr. Silvia Horn, Dr. Ulrich Kollatz

Agenda zum Workshop 1

BBE Handelsberatung

- Städtebauliche Einordnung und Rahmenbedingungen des Einzelhandels im OTZ Dörpfeldstraße
- Einzugsgebiet und Bewertung der Nachfragesituation
- Analyse der Angebotsstruktur
- Kaufkraftbindung und Perspektiven der Einzelhandelsbranchen
- Schwerpunktthemen zur Weiterentwicklung der Geschäftsstraße

Aufgaben- und Zielstellung Geschäftsstraßenkonzept

BBE Handelsberatung

Wie ist das aktuelle Angebot aufgestellt und welches Nachfragevolumen liegt vor?

Welche Branchen Betriebsformen & funktionale Verknüpfungen bieten Potenzial für die Zukunft?

Ist die Marktpassage eine Chance für die Dörpfeldstraße? Welche Voraussetzungen sind dafür notwendig?

zukunftsorientierte Ausrichtung der Unternehmenskonzepte & funktionale Stärkung der Geschäftsstraße

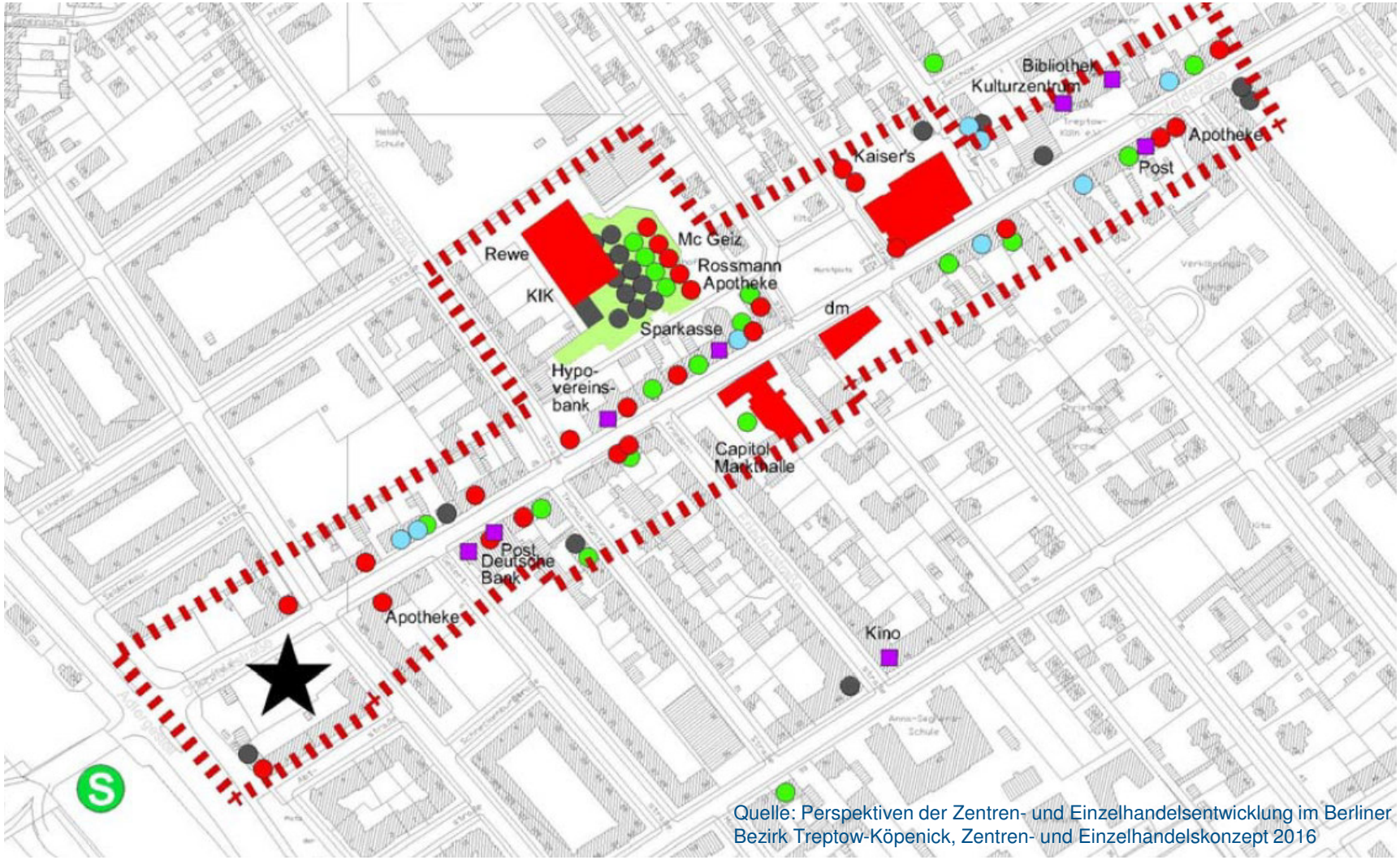
Wie kann der Wochenmarkt die Geschäftsstraße attraktiv ergänzen?

Welche Anforderungen sind an zukunftsfähige Unternehmens-konzepte zu stellen?

Wie können stationärer Handel und Online-Handel wirkungsvoll verknüpft werden?

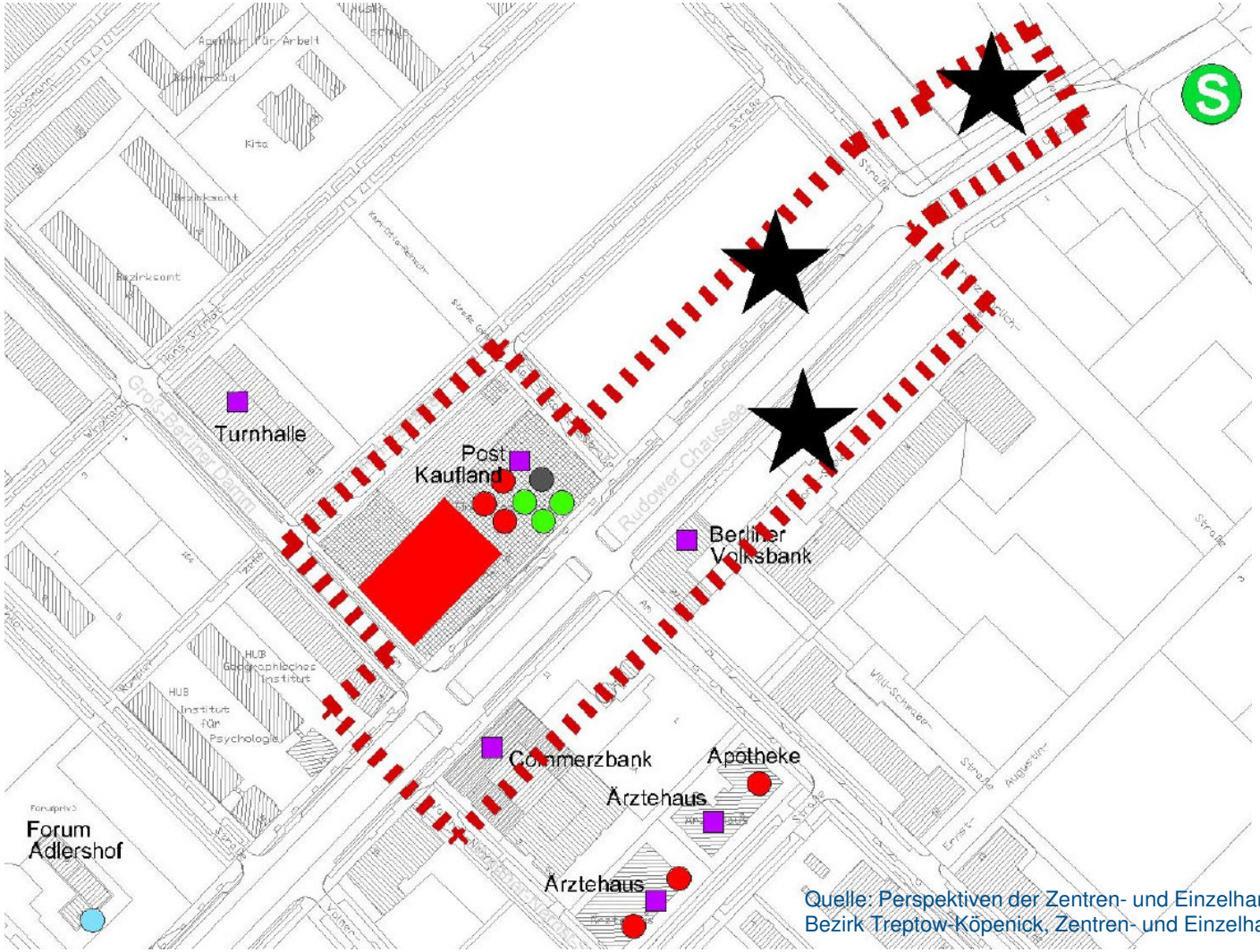
Abgrenzung OTZ Dörpfeldstraße

BBE Handelsberatung



Quelle: Perspektiven der Zentren- und Einzelhandelsentwicklung im Berliner Bezirk Treptow-Köpenick, Zentren- und Einzelhandelskonzept 2016

Abgrenzung NVZ Adlershofer Tor



Quelle: Perspektiven der Zentren- und Einzelhandelsentwicklung im Berliner Bezirk Treptow-Köpenick, Zentren- und Einzelhandelskonzept 2016

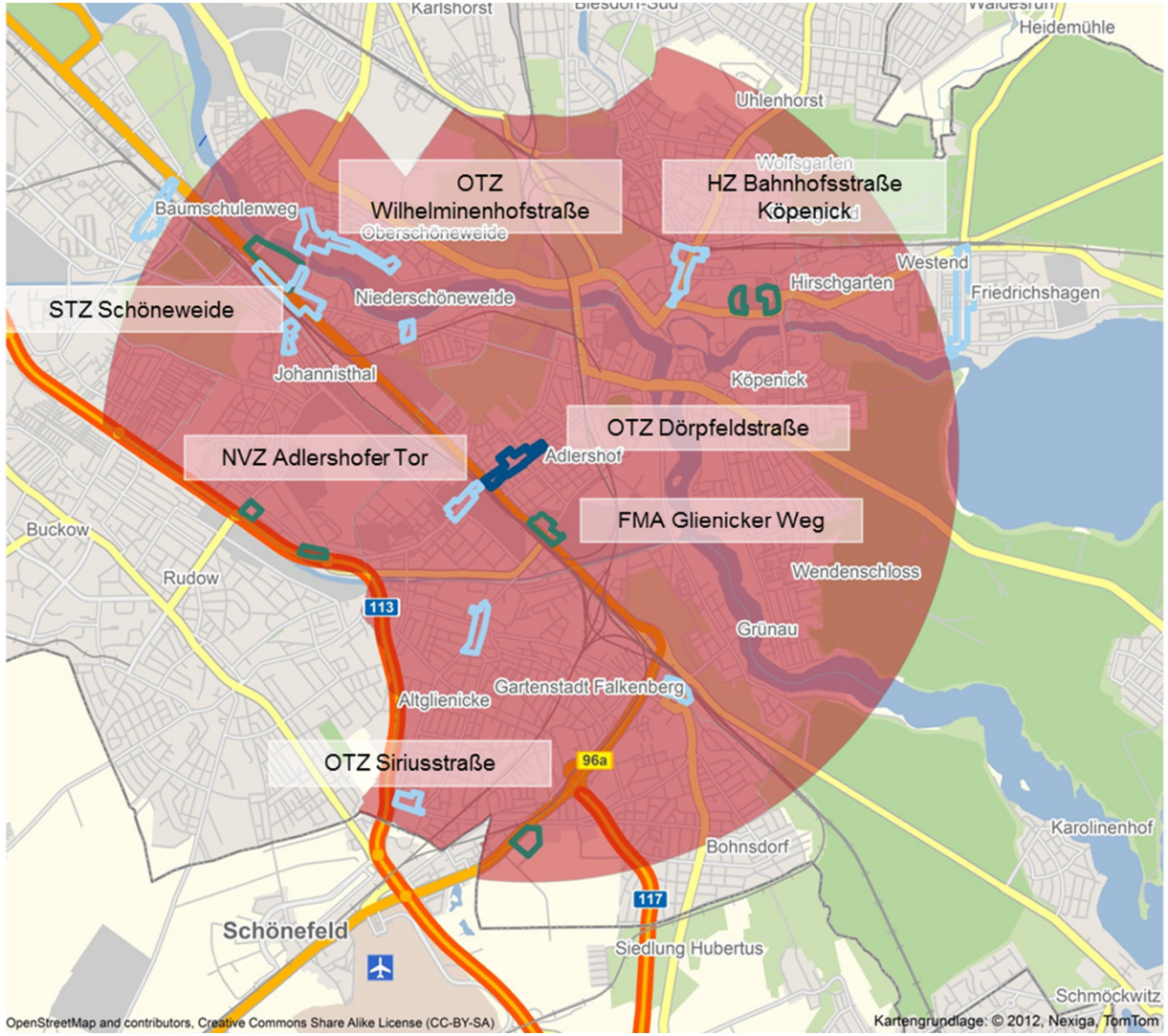
OTZ Dörpfelder Straße - Versorgungsfunktionen gemäß STEP Zentren 3

BBE Handelsberatung

- Versorgungsfunktion für Wohnsiedlung / Ortsteil
- Städtebauliche Situation: konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld
  angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung
  attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität
  Identifikationspunkte
  Einbindung in Fuß- und Radwegenetz
  Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder
- Angebotsstruktur: Lebensmittelangebot (30-60 % der Verkaufsfläche, differenzierter Betriebstypenmix)
  Bekleidungsgeschäfte (20-30 % der Verkaufsfläche)
  Grundausstattung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistungen
  einzelhandelsnahe Dienstleistungen
  Gastronomie
- Orientierungswert zur Verkaufsflächenausstattung: 5.000 – 10.000 m²
- Anbindung: Lage abseits übergeordneter Hauptverkehrsachsen
  Erschließungsstraßen der Wohngebiete
  alternativ Anschluss an S-Bahn / U-Bahn, Straßenbahn oder Buslinien

Einbindung des OTZ Dörpfelder Straße in die Versorgungsstrukturen des Bezirkes Treptow-Köpenick

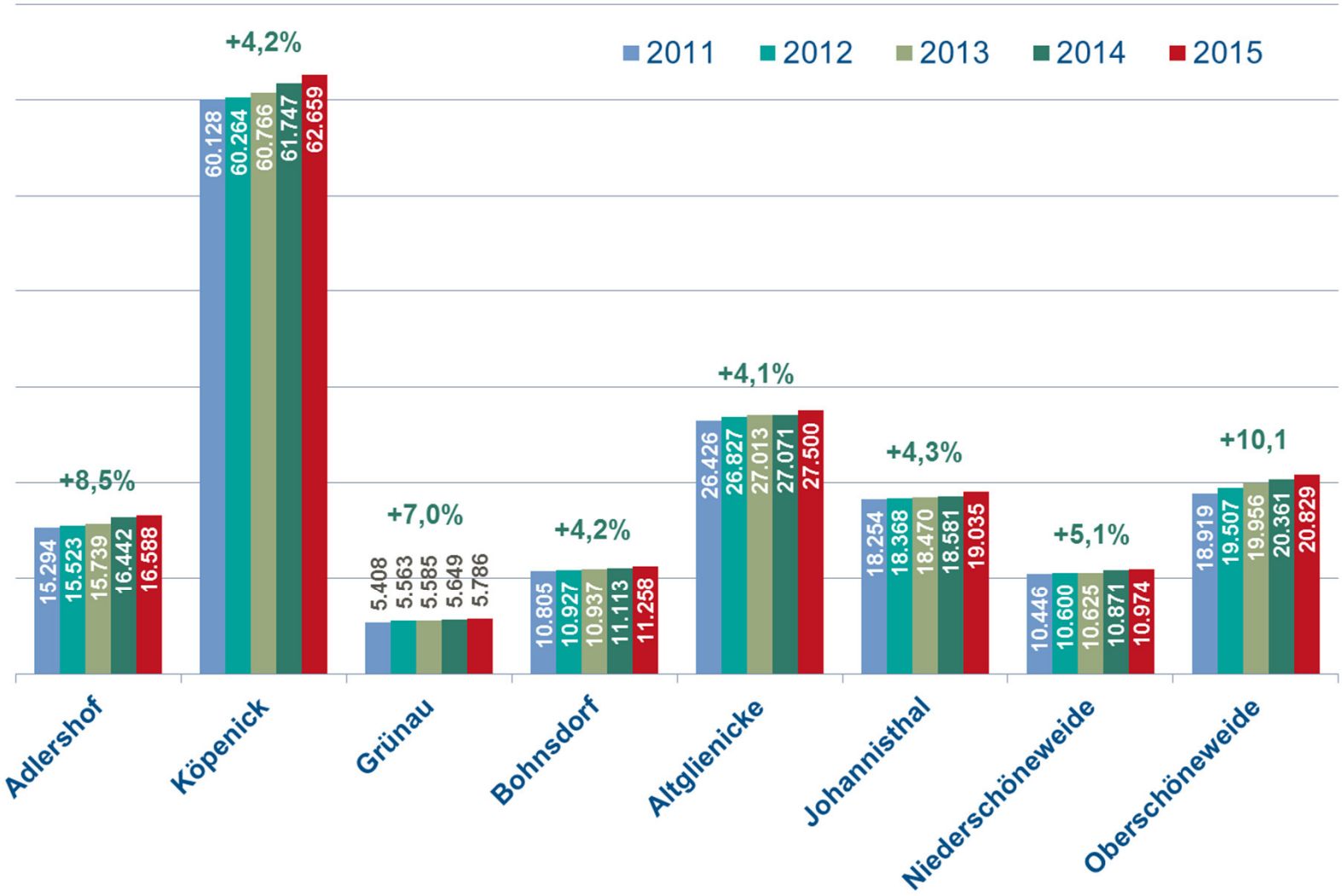
BBE Handelsberatung



Vielfältige Wettbewerbssituation in einem 5 km-Umkreis – besondere Beachtung gilt den Wechselwirkungen mit NVZ Adlershofer Tor und STZ Schöneweide!

Bevölkerungspotenzial und –prognose

BBE Handelsberatung



Bevölkerungspotenzial und –prognose

BBE Handelsberatung

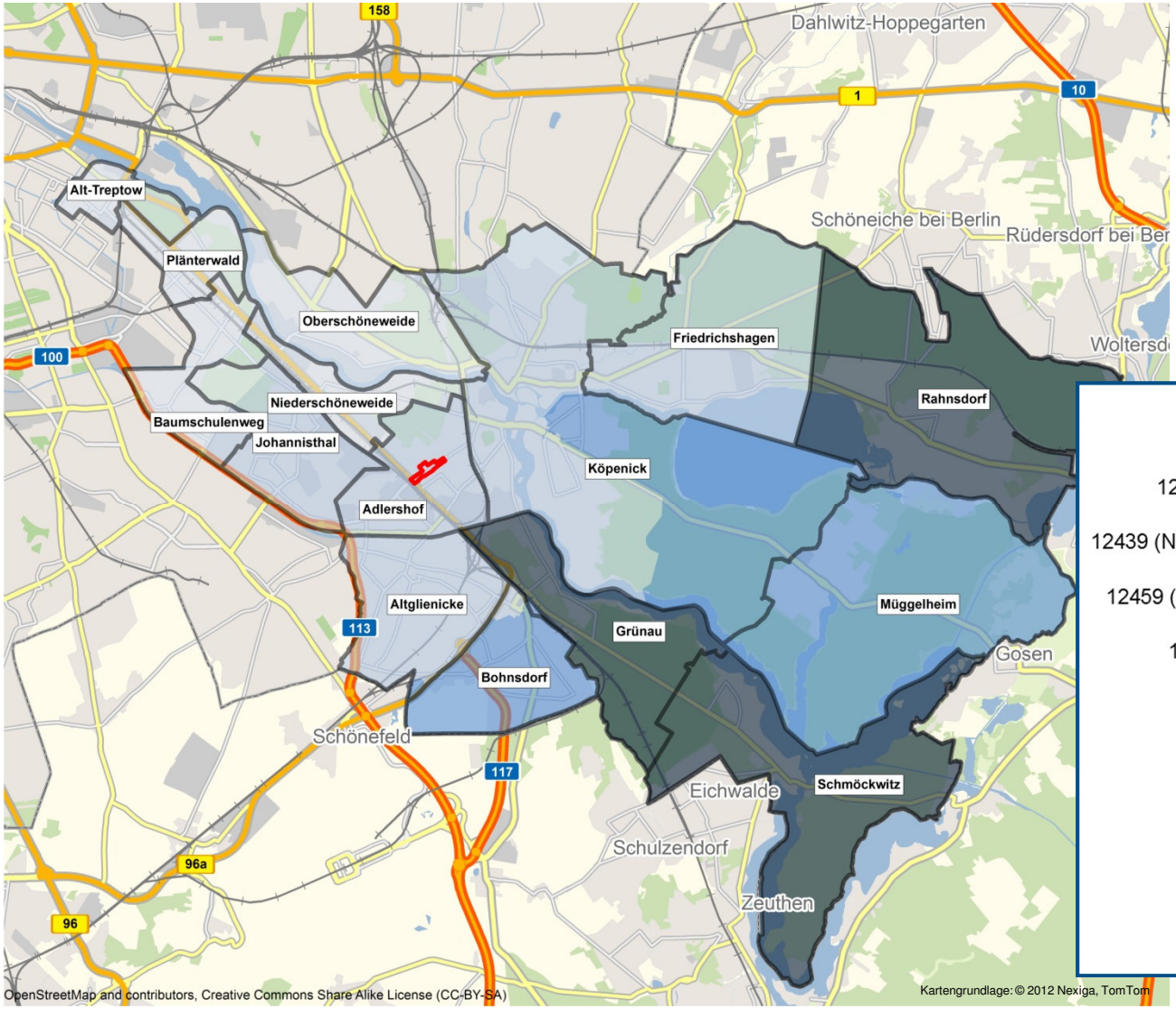
	Ortsteil Adlershof			Bezirk Treptow-Köpenick			Stadt Berlin		
Stand	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index
31.12.2011	15.294		100,0%	241.487		100,0%	3.427.114		100,0%
31.12.2012	15.523	1,5%	101,5%	243.844	1,0%	101,0%	3.469.621	1,2%	101,2%
31.12.2013	15.739	1,4%	102,9%	245.951	0,9%	101,8%	3.517.424	1,4%	102,6%
31.12.2014	16.442	4,5%	107,5%	249.440	1,4%	103,3%	3.562.166	1,3%	103,9%
31.12.2015	16.588	0,9%	108,5%	253.333	1,6%	104,9%	3.610.156	1,3%	105,3%
Prognose Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt									
Prognose 2025	nicht ausgewiesen			**272.000**	12,6%	112,6%	**3.803.000**		111,0%
Prognose 2030				**273.000**	13,0%	113,0%	**3.828.000**		111,7%

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

- Ortsteil Adlershof mit deutlich überdurchschnittlichem Bevölkerungsanstieg
- 1,7-facher Anstieg im Zeitraum 2011 bis 2015 im Vergleich zum durchschnittlichen Anstieg des Bezirkes Treptow-Köpenick
- keine kleinräumigen Prognosen – aber überdurchschnittlicher Anstieg auch in den kommenden Jahren zu erwarten
- Einwohnerzahl im Ortsteil Adlershof 2025
  bei durchschnittlicher Entwicklung des Bezirkes Treptow-Köpenick: 17.800 Einwohner (+7,4%)
  bei weiterhin überdurchschnittlicher Entwicklung: 18.700 Einwohner (+12,8%)

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau

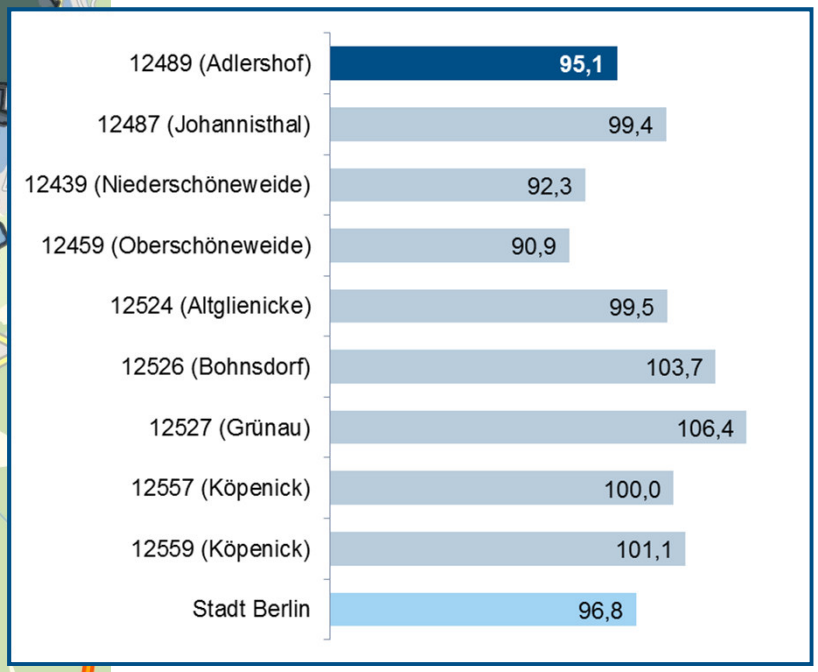
BBE Handelsberatung



OTZ Dörpfeldstraße

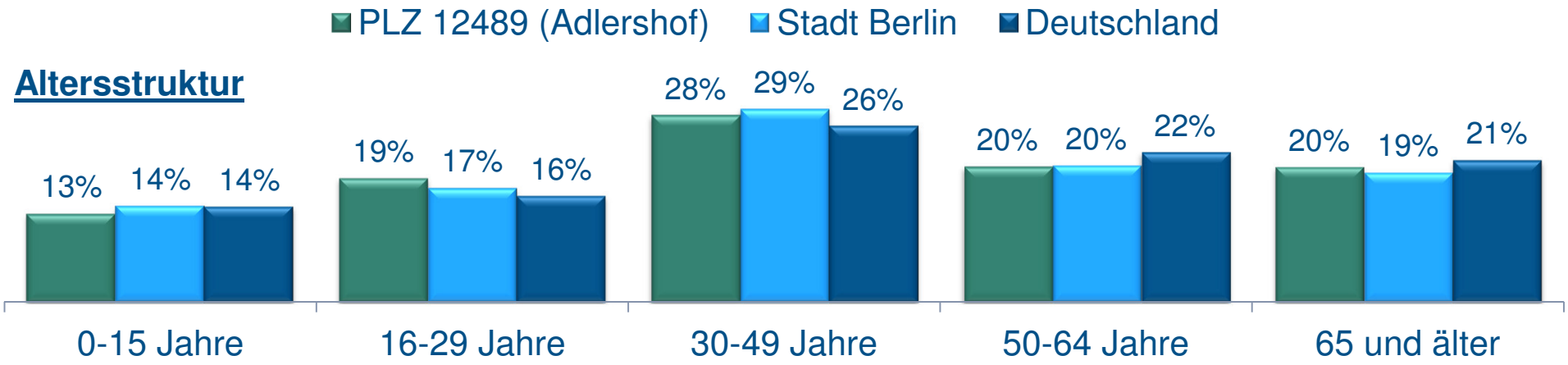
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in % des bundesweiten Durchschnitts

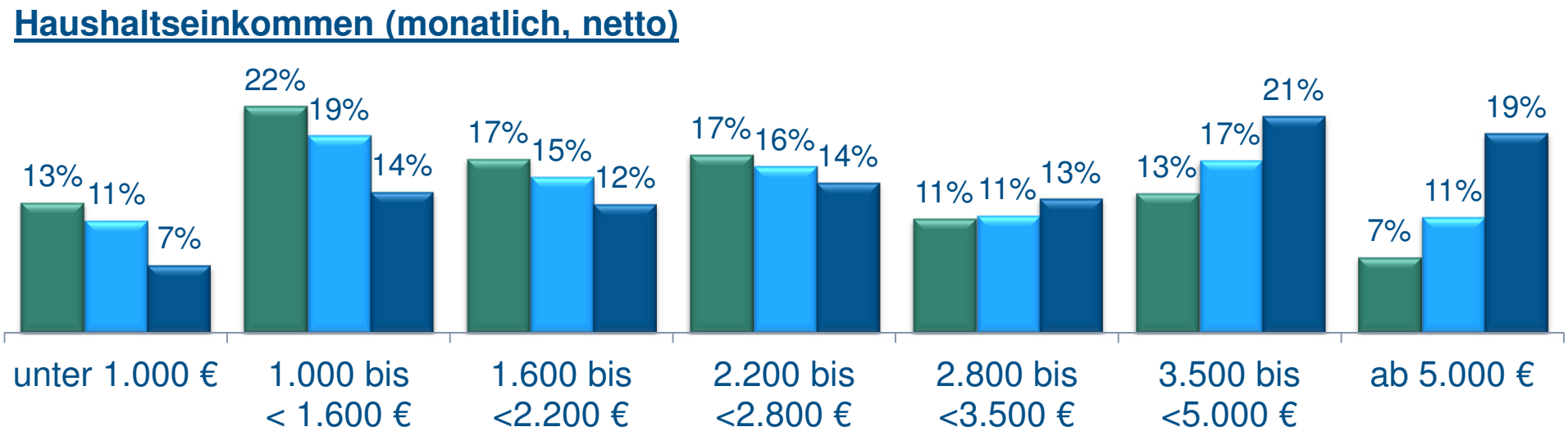
- bis 95
- über 95 bis 100
- über 100 bis 105
- über 105



Soziodemographisches Profil

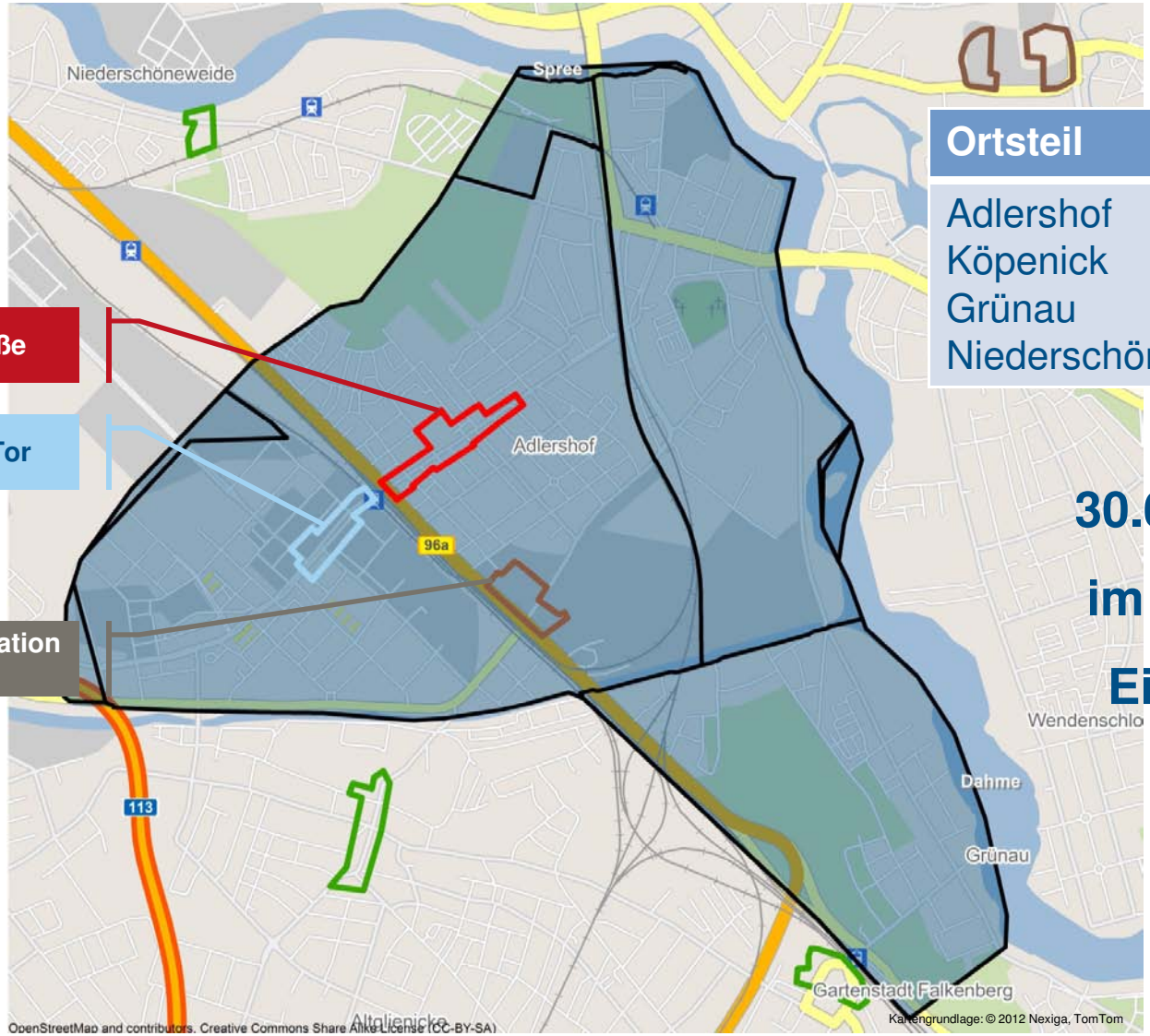
BBE Handelsberatung





Einzelhandelsrelevantes Einzugsgebiet

BBE Handelsberatung



OTZ Dörpfeldstraße

NVZ Adlershofer Tor

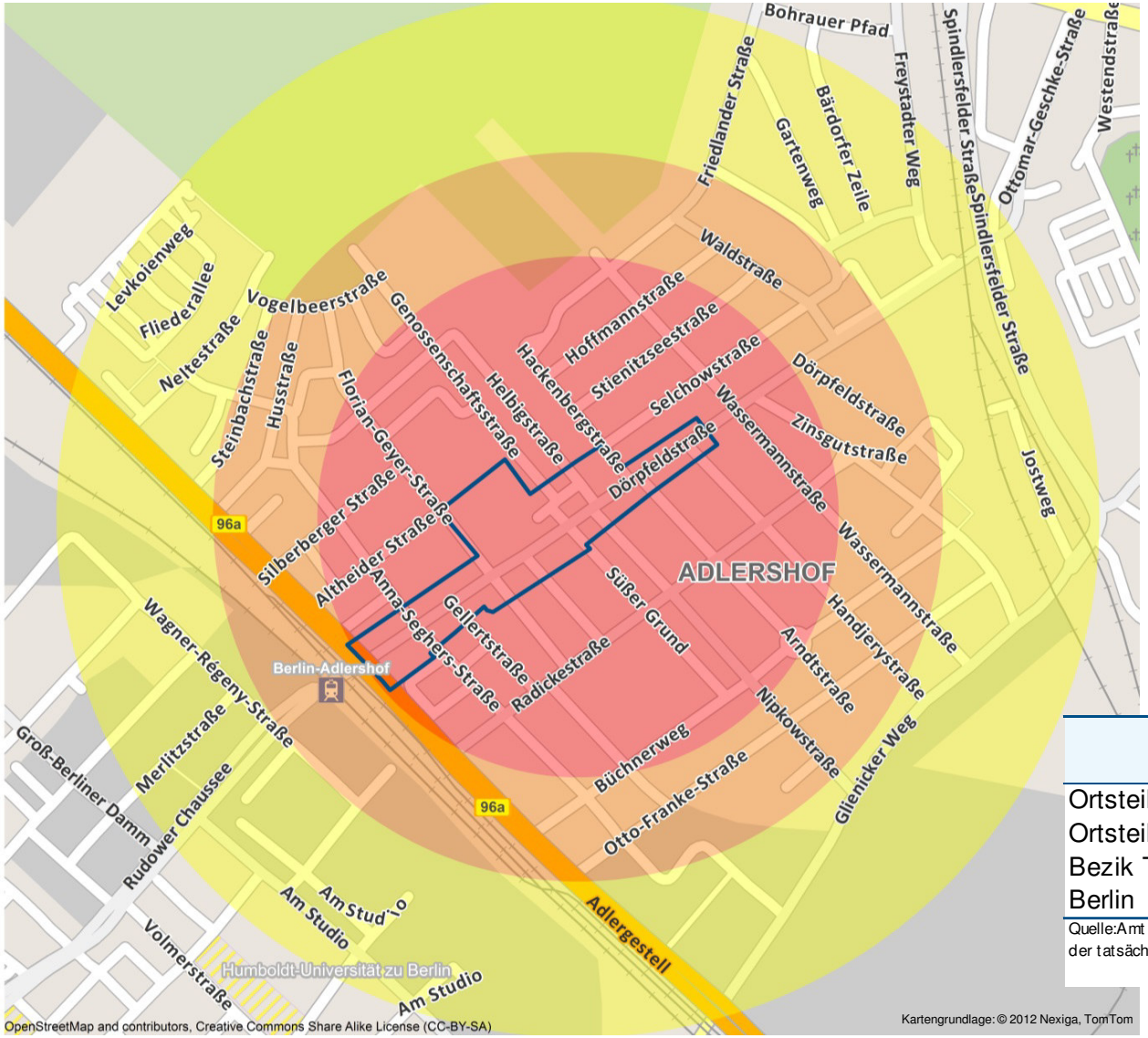
Fachmarktagglomeration Glienicker Weg

Ortsteil	Einwohner
Adlershof	ca. 16.120
Köpenick	ca. 10.000
Grünau	ca. 4.490
Niederschöneweide	ca. 35

30.645 Einwohner im abgegrenzten Einzugsgebiet!

Einwohner im Nahversorgungsumfeld

BBE Handelsberatung



Ortsteilzentrum Dörpfeldstraße

500 m Radius: 7.814 Einwohner

700 m Radius: 13.011 Einwohner

1000 m Radius: 15.460 Einwohner

	Einwohnerdichte
Ortsteil Adlershof	2.719 Einwohner/km²
Ortsteil Köpenick	1.794 Einwohner/km²
Bezik Treptow-Köpenick	1.504 Einwohner/km²
Berlin	3.948 Einwohner/km²

Quelle:Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistischer Bericht - Flächenerhebung nach Art der tatsächlichen Nutzung in Berlin 2015; Bezirksamt Treptow-Köpenick, eigene Berechnungen

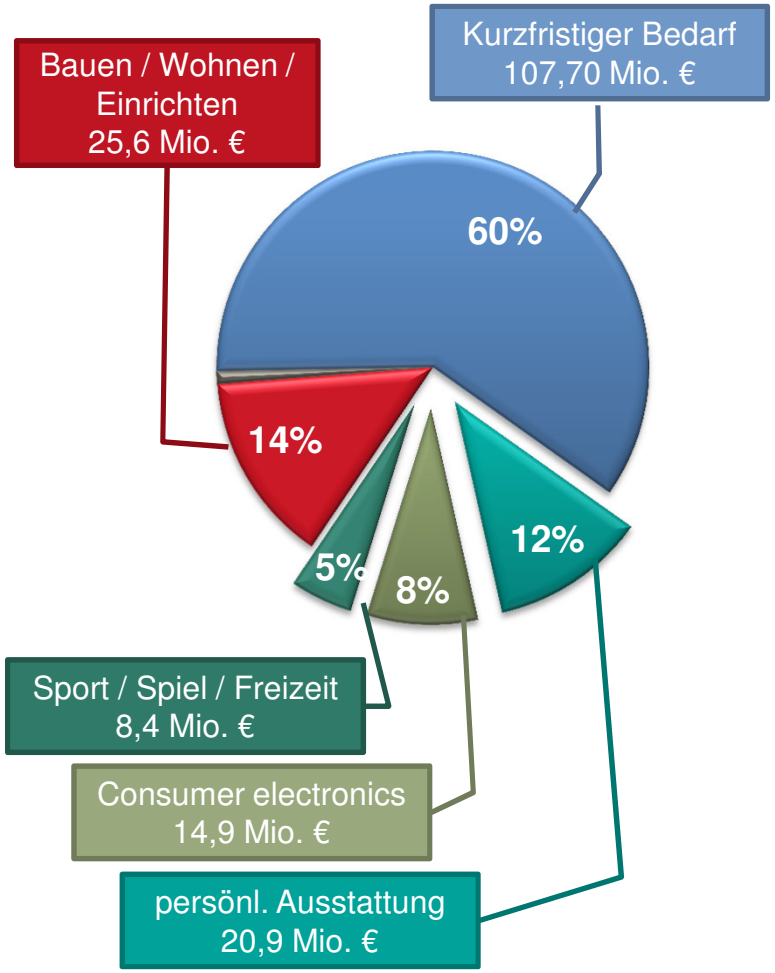
Einzelhandelsrelevante Nachfrage im Einzugsgebiet

BBE Handelsberatung

Sortimentgruppe	Einzugsgebiet Dörpfeldstraße: Kauftkraft-kennziffer	Verbrauchs-ausgaben pro Kopf (€)	Nachfrage-volumen (T€)
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	97%	2.246	68.820
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	105%	358	10.960
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	97%	50	1.540
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	99%	622	19.050
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	100%	101	3.090
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	100%	89	2.720
Blumen	79%	51	1.560
überwiegend kurzfristiger Bedarf	**98%**	**3.516**	**107.740**
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	96%	509	15.610
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	93%	112	3.430
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	79%	311	9.520
Gartenbedarf / Pflanzen	79%	105	3.210
GPK**/Haushaltsgegenstände	85%	51	1.560
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	82%	78	2.400
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	79%	107	3.290
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**87%**	**1.273**	**39.020**
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	87%	79	2.440
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	83%	290	8.890
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	93%	136	4.170
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	99%	350	10.720
Foto / Optik	91%	89	2.730
Uhren / Schmuck	84%	62	1.900
sonstiger Einzelhandel	94%	55	1.700
überwiegend langfristiger Bedarf	**91%**	**1.062**	**32.550**
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	**94%**	**5.852**	**179.310**

*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / **GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Einwohner	30.645



Prognose der Nachfrageentwicklung

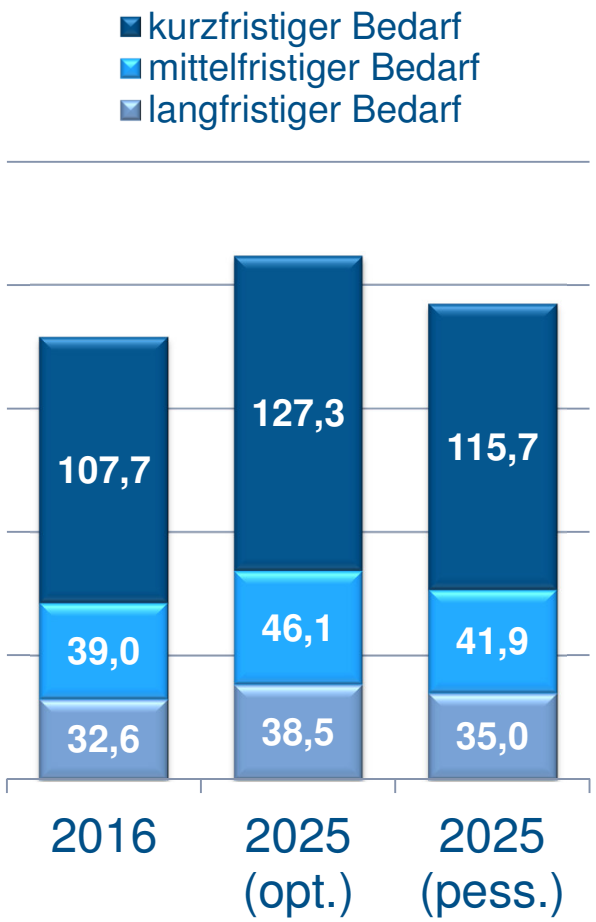
BBE Handelsberatung

Sortimentgruppe	Einzugsgebiet Dörpfeldstraße 2016 Nachfragevol. in Mio. €	2025 (opt.) Nachfragevol. in Mio. €	2025 (pess.) Nachfragevol. in Mio. €
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	68,8	81,3	73,9
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	11,0	13,0	11,8
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	1,5	1,8	1,7
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	19,0	22,5	20,4
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3,1	3,7	3,3
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	2,7	3,2	2,9
Blumen	1,6	1,8	1,7
überwiegend kurzfristiger Bedarf	**107,7**	**127,3**	**115,7**
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	15,6	18,5	16,8
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	3,4	4,1	3,7
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	9,5	11,2	10,2
Gartenbedarf / Pflanzen	3,2	3,8	3,4
GPK**/Haushaltsgegenstände	1,6	1,8	1,7
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	2,4	2,8	2,6
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	3,3	3,9	3,5
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**39,0**	**46,1**	**41,9**
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	2,4	2,9	2,6
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	8,9	10,5	9,5
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	4,2	4,9	4,5
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	10,7	12,7	11,5
Foto / Optik	2,7	3,2	2,9
Uhren / Schmuck	1,9	2,3	2,0
sonstiger Einzelhandel	1,7	2,0	1,8
Überwiegend langfristiger Bedarf	**32,6**	**38,5**	**35,0**
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	**179,3**	**211,9**	**192,5**
Entwicklung des einzelhandelsrel. Potenzials		**18,2%**	**7,4%**

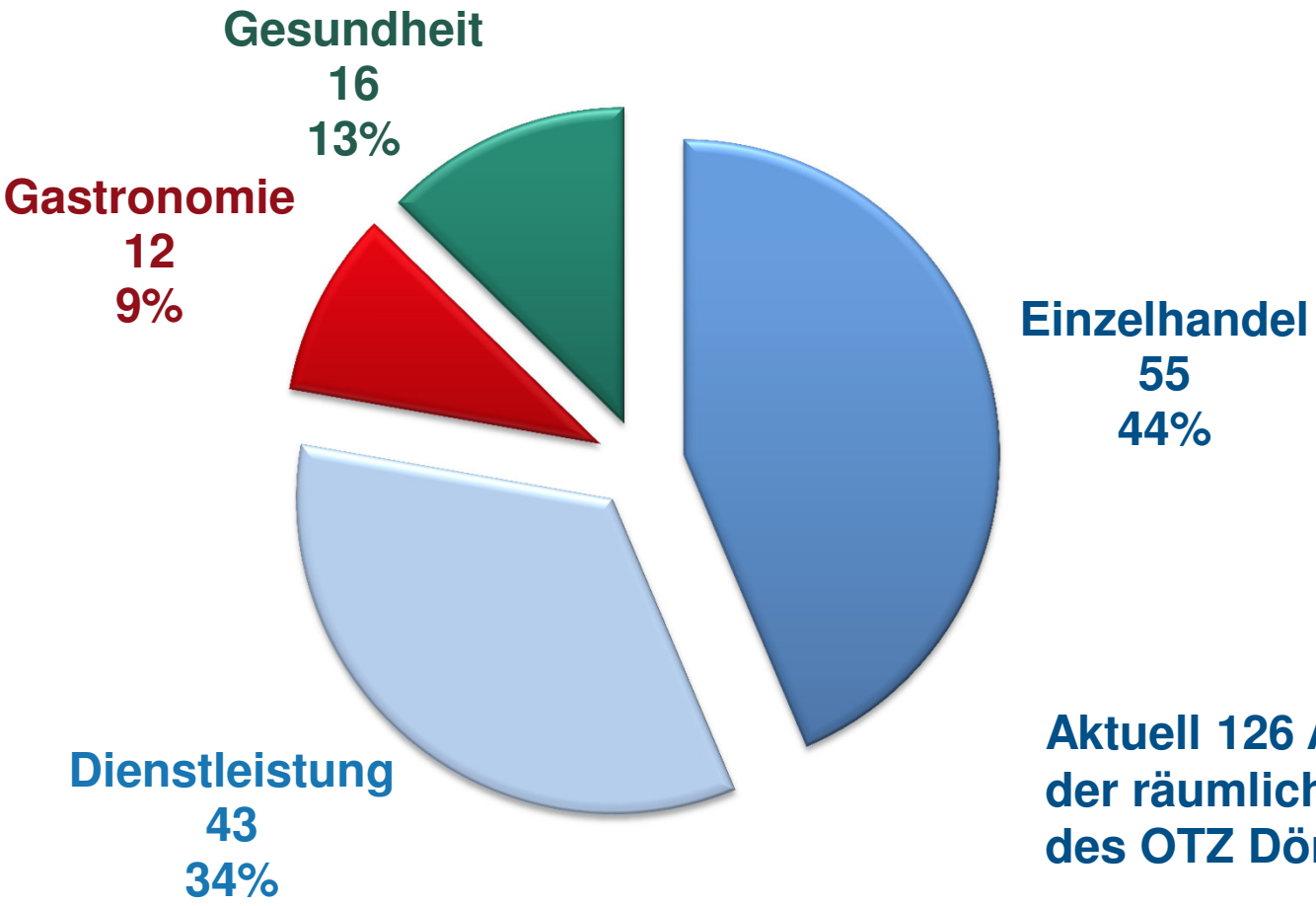
*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / **GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Einwohnerentwicklung	30.645	34.560	32.900
Kaufkraftentwicklung	94,0	98,5	94,0

BBE Berechnungen



OTZ Dörpfelder Straße - Anbieterstruktur



Aktuell 126 Anbieter innerhalb der räumlichen Abgrenzung des OTZ Dörpfeldstraße!

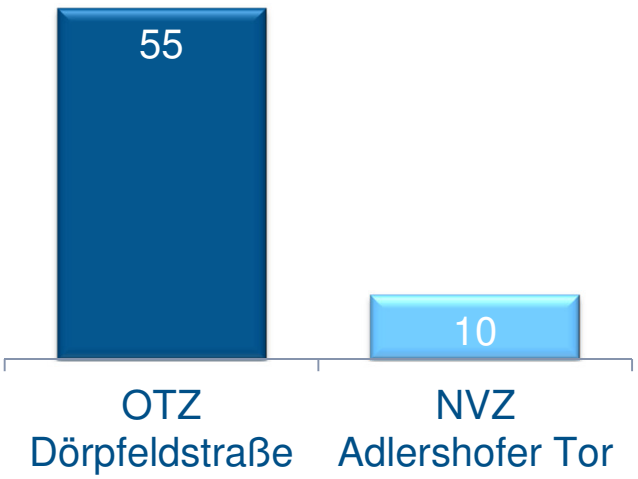
Einzelhandelsbesatz
der beiden zentralen Versorgungsbereiche

BBE Handelsberatung

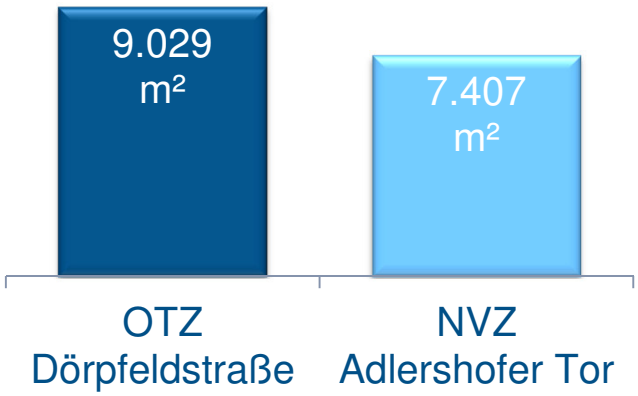
Aktueller Einzelhandelsbesatz 2016:

- **65 Anbieter in beiden Zentren gemeinsam**
- **16.436 m² Verkaufsfläche insgesamt**
- **69,2 Mio. € Umsatzbindung insgesamt**

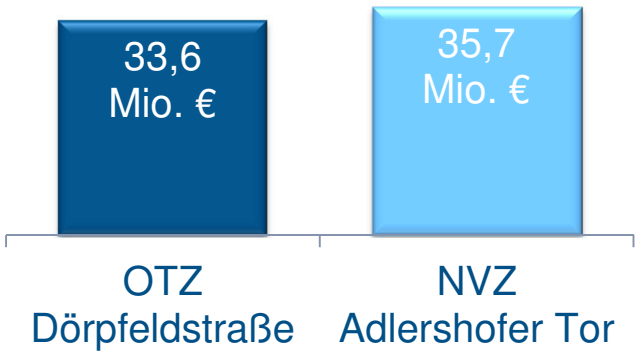
Einzelhandelsbetriebe:



Verkaufsflächen:



Umsatz:

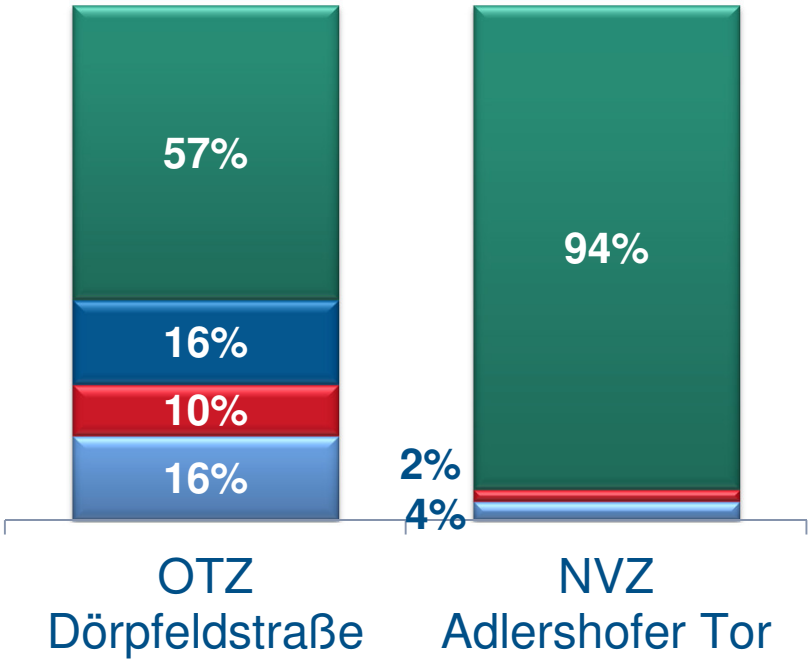


Einzelhandelsbesatz der beiden zentralen Versorgungsbereiche

BBE Handelsberatung

Größenstruktur der Verkaufsflächen

… nach Anteilen an der Gesamtverkaufsfläche



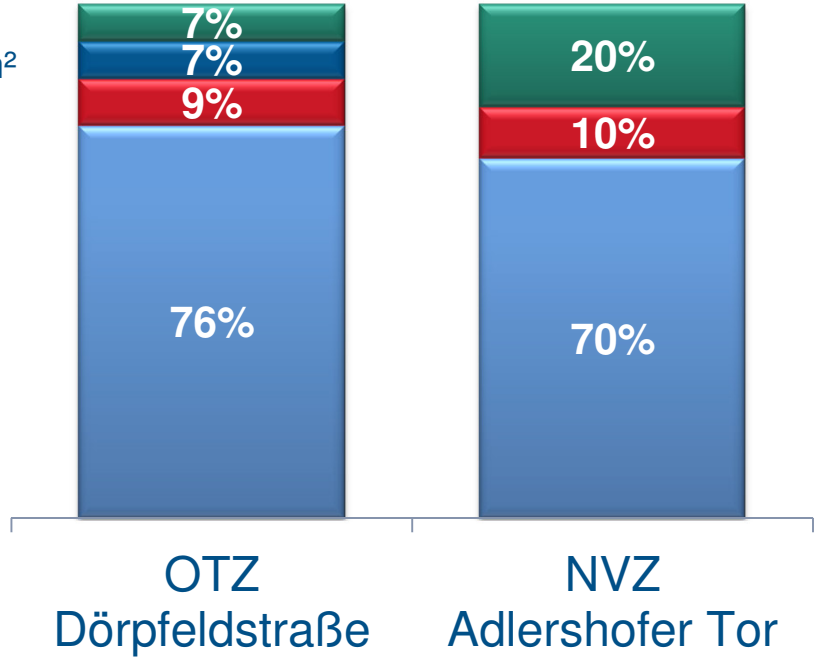
VKF ab 800 m²

VKF 300 m² bis <800 m²

VKF 100 m² bis <300 m²

VKF <100 m²

… nach Anteilen an der Unternehmenszahl



Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen in der aktuellen Standortstruktur

BBE Handelsberatung

	OTZ Dörpfeldstraße		*NVZ Adlershofer Tor*		**gesamt**	
	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)
Nahrungs- & Genußmittel (incl. Bäcker/Metzger)	4.465	49%	4.627	51%	**9.092**	**100%**
Drogerie/Parfümerie	1.119	66%	579	34%	**1.698**	**100%**
Apothekenbedarf / Sanitätshäuser	245	80%	60	20%	**305**	**100%**
Blumen/Heimtierbedarf	246	63%	147	37%	**393**	**100%**
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	271	62%	168	38%	**439**	**100%**
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	1.000	51%	969	49%	**1.969**	**100%**
Schuhe/Lederwaren	50	19%	214	81%	**264**	**100%**
Heimwerker/Gartenbedarf/Autozubehör	70	53%	63	47%	**133**	**100%**
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	286	56%	226	44%	**512**	**100%**
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	52	50%	53	50%	**105**	**100%**
Sportartikel/Fahrräder	2	7%	25	93%	**27**	**100%**
Haustextilien/Heimtextilien	99	69%	44	31%	**143**	**100%**
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	385	100%			**385**	**100%**
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	47	45%	58	55%	**105**	**100%**
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	297	73%	111	27%	**408**	**100%**
Foto/Optik	265	88%	35	12%	**300**	**100%**
Uhren/Schmuck	35	78%	10	22%	**45**	**100%**
sonstiges	95	84%	18	16%	**113**	**100%**
Einzelhandel gesamt	**9.029**	**55%**	**7.407**	**45%**	**16.436**	**100%**

Einzelhandelsbesatz des NVZ Adlershofer Tor in den maßgeblichen Warengruppen vergleichbar ausgeprägt!

Kaufkraftbindung 2016

BBE Handelsberatung

	Marktpotenzial Einzugsgebiet Dörpfeldstraße (T€)	*EH-Umsatz OTZ Dörpfeldstraße & NVZ Adlershofer Tor* (T€)	*aktuelle Kaufkraft-bindung* (%)	*Saldo Zu- u. Abfluß* (T€)
Nahrungs- und Genußmittel	68.820	40.340	59%	-28.480
Drogerie / Parfümerie	10.960	8.230	75%	-2.730
Blumen / Heimtier	3.100	1.450	47%	-1.650
pharmaz., mediz., orthopäd. Artikel	19.050	5.260	28%	-13.790
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	5.810	2.060	35%	-3.750
überwiegend kurzfristiger Bedarf	**107.740**	**57.340**	**53%**	**-50.400**
Bekleidung / Wäsche	15.610	3.760	24%	-11.850
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	3.430	670	20%	-2.760
Baumarkt-Sortiment i.e.S. , Kfz-Zubehör	9.520	390	4%	-9.130
Gartenbedarf / Pflanzen	3.210	120	4%	-3.090
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1.560	1.300	83%	-260
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	2.400	290	12%	-2.110
Sportartikel / Fahrräder / Camping	3.290	130	4%	-3.160
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**39.020**	**6.660**	**17%**	**-32.360**
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	2.440	300	12%	-2.140
Möbel (inkl. Bad-/Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	8.890	490	6%	-8.400
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	4.170	390	9%	-3.780
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	10.720	2.140	20%	-8.580
Foto / Optik	2.730	1.340	49%	-1.390
Uhren / Schmuck	1.900	300	16%	-1.600
Sonstiges	1.700	280	16%	-1.420
überwiegend langfristiger Bedarf	**32.550**	**5.240**	**16%**	**-27.310**
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	**179.310**	**69.240**	**39%**	**-110.070**

Kaufkraftbindung – realistische Ziele setzen!

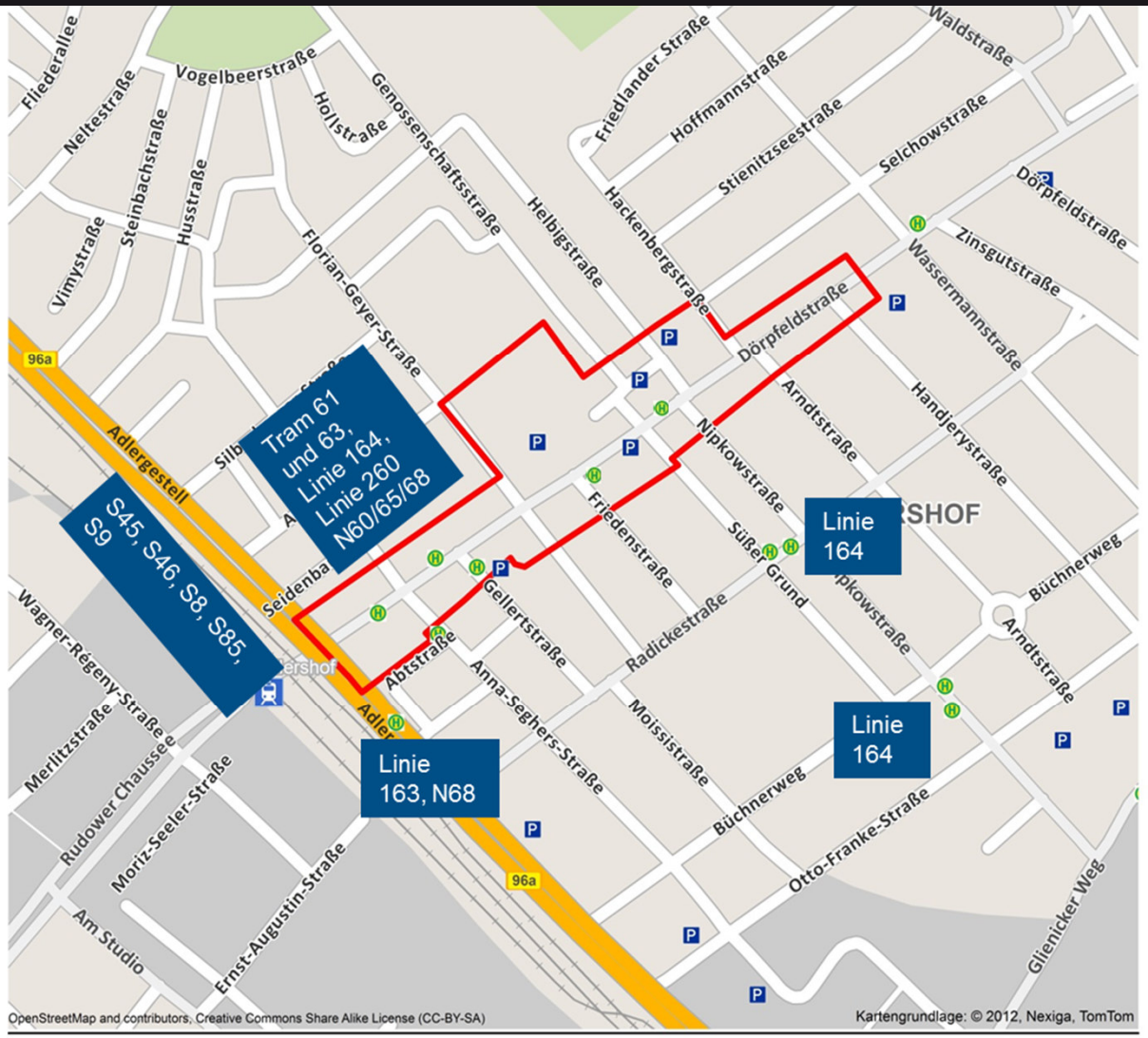
BBE Handelsberatung

	EH-Umsatz OTZ Dörpfeldstraße & NVZ Adlershofer Tor (T€)	*aktuelle Kaufkraft-bindung* (%)	*Ziel-Kaufkraft-bindung* (%)	*zusätliches Umsatz-potenzial* (T€)
Nahrungs- und Genußmittel	40.340	59%	70%	7.830
Drogerie / Parfümerie	8.230	75%	75%	
Blumen / Heimtier	1.450	47%	70%	720
pharmaz., mediz., orthopäd. Artikel	5.260	28%	50%	4.270
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2.060	35%	50%	850
überwiegend kurzfristiger Bedarf	**57.340**	**53%**	**66%**	**13.670**
Bekleidung / Wäsche	3.760	24%	33%	1.390
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	670	20%	33%	460
Baumarkt-Sortiment i.e.S. , Kfz-Zubehör	390	4%	4%	
Gartenbedarf / Pflanzen	120	4%	4%	
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1.300	83%	83%	
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	290	12%	33%	500
Sportartikel / Fahrräder / Camping	130	4%	33%	960
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**6.660**	**17%**	**26%**	**3.310**
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	300	12%	12%	
Möbel (inkl. Bad-/Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	490	6%	6%	
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	390	9%	9%	
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	2.140	20%	20%	
Foto / Optik	1.340	49%	49%	
Uhren / Schmuck	300	16%	25%	180
Sonstiges	280	16%	16%	
überwiegend langfristiger Bedarf	**5.240**	**16%**	**17%**	**180**
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	**69.240**	**39%**	**48%**	**17.160**

Wachstums-potenzial Einzelhandel ca. 17 Mio. € !

Schwerpunktthema: Erreichbarkeit Dörpfeldstraße

BBE Handelsberatung



Legende

- P Parkplatz
- H Haltestellen

- OTZ sehr gut verkehrlich angebunden
- hervorragende ÖPNV-Anbindung
- Radverkehr problematisch
- teilweise schmale Fußwege, die auch von Radfahrern und zum Kurzparken genutzt werden
- enge Straße mit hoher Verkehrsdichte
- keine Kurzzeitparkplätze
- Großteil der Pkw-Stellplätze bei Marktpassage und Kaiser´s

N

0 0,05 0,1 0,2 Kilometer

Schwerpunktthema:
Erscheinungsbild & Aufenthaltsqualität

Aktuelle Situation:

- ✓ mangelhafte Gestaltung des öffentlichen Raums und schmale Gehwege wirken sich nachteilig auf den Einzelhandel aus „Erlebnis- und Bummelqualität“ fehlt
- ✓ Trading-Down-Effekte u.a. auch im zentralen Bereich, Funktionsunterbrechungen durch Leerstände
- ✓ Schaufensterdekoration und Außenauftritt der Geschäfte teilweise stark verbesserungswürdig

Anforderungen sind:

- ✓ Schaffung von Aufenthaltsflächen mit Sitzgelegenheiten
- ✓ sichere Querungsmöglichkeiten
- ✓ Begrünung zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität
- ✓ barrierefreie Erreichbarkeit und Zugang der Geschäfte gewährleisten
- ✓ Schaffung von Räumen für attraktive Warenauslagen und gastronomische Nutzungen zur Erhöhung der Aufenthaltsdauer
- ✓ Profilschärfung der Geschäftsstraße u.a. durch Schaffung von Branchenschwerpunkten
- ✓ Unternehmenskonzepte müssen Anreize durch Themen- und Erlebnisorientierung und attraktiven Marktauftritt setzen

Schwerpunktthema:
Profilierung des Wochenmarktes

BBE Handelsberatung

Schwerpunktthema:
Profilierung des Wochenmarktes

BBE Handelsberatung

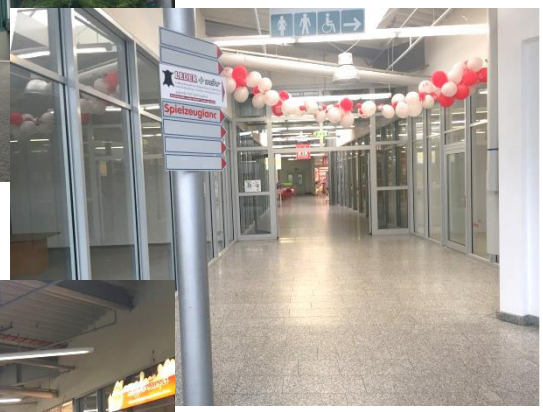
Anforderungen an einen zeitgemäßen Wochenmarkt

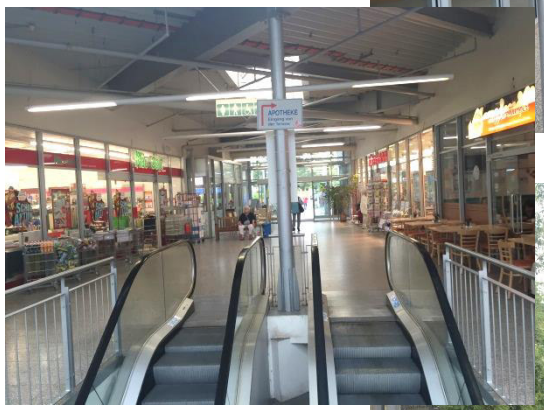
- ✓ **Angebot:** Frische und qualitativ gute Produkte, angepasster Angebotsmix, Ergänzung zum stationären Einzelhandel
- ✓ **Marktstände:** Saubere und ansprechende Marktstände, welche den Kauf der Ware unterstützen
- ✓ **Standbetreiber:** Freundlichkeit und persönlicher Kontakt zu den Kunden
- ✓ **Marktstruktur / Marktgestaltung:** Zusammenhängende Anordnung der Marktstände, angepasste Stadtmöblierung, Beleuchtungskonzept
- ✓ **Regionalität:** Wichtiger Absatzweg für Produkte aus regionaler Landwirtschaft und Gartenbau bei Vertrauen der Kunden in regionalen Produkten
- ✓ **Standort:** zentrale Lage mit wechselseitiger, frequenzbringender Wirkung, klassisches Verständnis eines „Marktes“
- ✓ **Erreichbarkeit:** Parkmöglichkeiten sowohl für Standbetreiber als auch für Kunden, barrierefreie Fußwege auf dem Markt
- ✓ **Vermarktung:** Wirksame Außendarstellung durch Internetseite, Flyer, Logo – Kommunikation mit den maßgeblichen Zielgruppen

Schwerpunktthema:
Marktpassage – Chancen als Magnetstandort?

BBE Handelsberatung

- Einkaufszentrum „Marktpassage“ eröffnet 1997 mit ca. 6.900 m² Nutzfläche – darin bis zu 37 Anbieter mit ca. 4.900 m² Verkaufsfläche
- Aktuell: 10 Anbieter mit ca. 3.750 m² Verkaufsfläche / REWE als Magnetbetrieb im UG
- Standortprobleme: rückwärtige Lage mit ungenügender Anbindung, Baustruktur mit Passagencharakter, 2-etagige Ausführung, derzeit fehlendes Nutzungskonzept, Aufenthaltsqualität

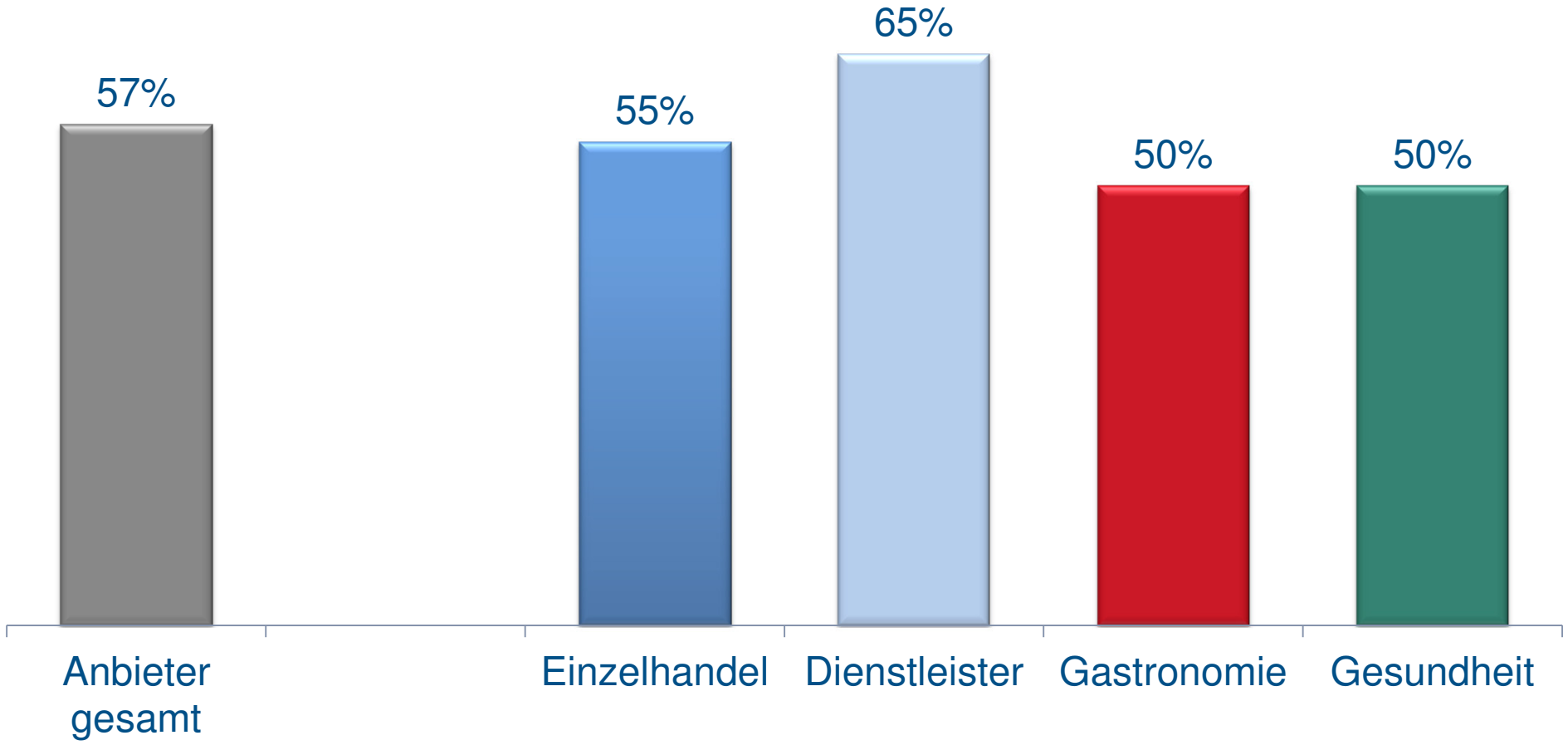




Schwerpunktthema:
Onlinepräsenz des OTZ Dörpfeldstraße

BBE Handelsberatung

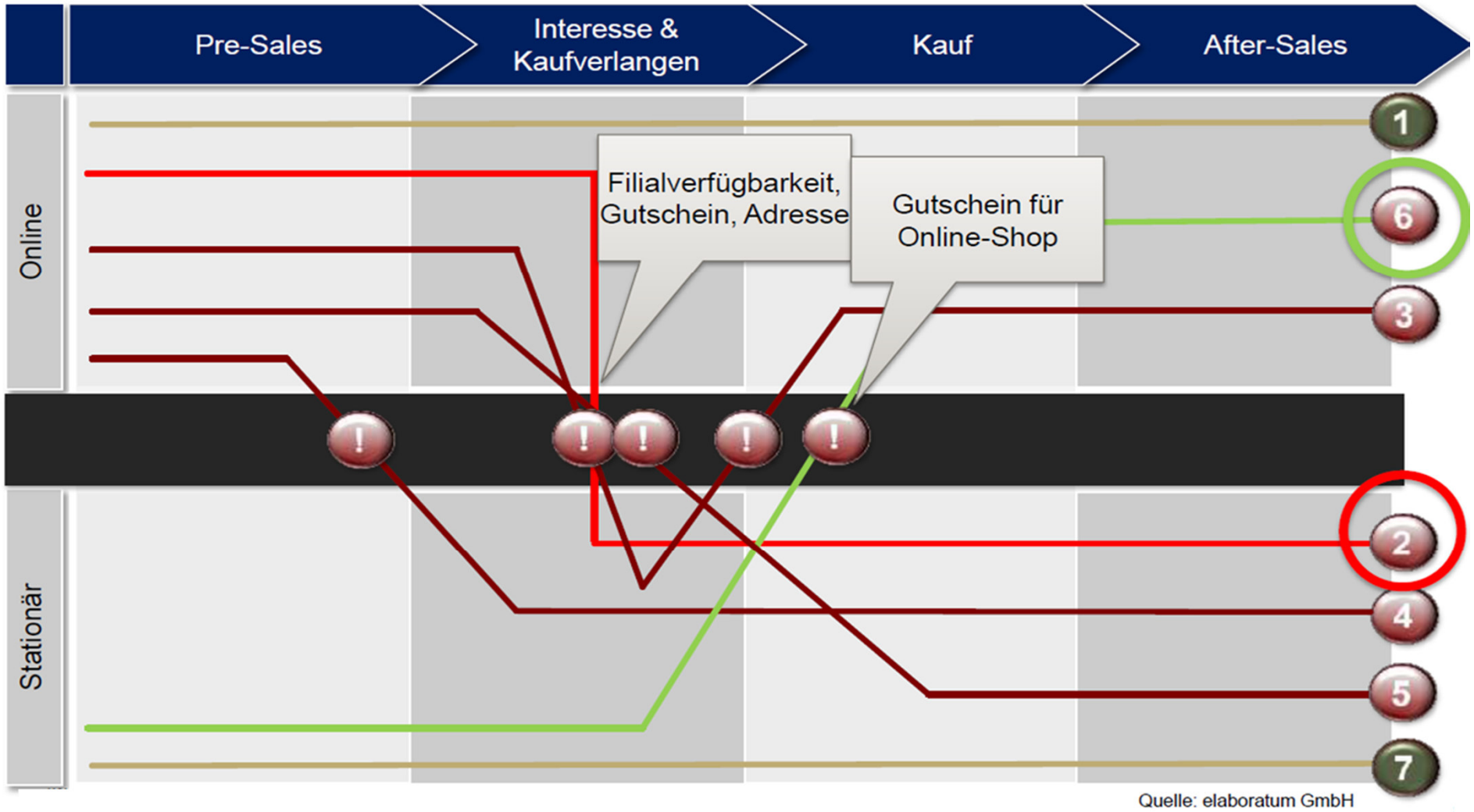
Anteil der Anbieter im OTZ Dörpfeldstraße mit aufgefundener Onlinepräsenz



Verzicht auf Onlinepräsenz / Multi-Channel bedeutet Verzicht auf Kundenkontakte und Umsatz

BBE Handelsberatung

Herausforderung für den stationären Handel: Kanalwechsel „leben“



SWOT-Profil aus Einzelhandelssicht

BBE Handelsberatung

Stärken

- zentrale Lage im Ortsteil
- traditionelle Kiezgeschäftsstraße mit hohem Anteil inhabergeführter Läden
- breite Nutzungsmischung mit rd. 120 Gewerbeeinheiten und Kopplungspotenzial
- sehr gute Erreichbarkeit mittels ÖPNV
- überdurchschnittlich wachsende Bevölkerung, hohes Nachfragevolumen
- Organisation durch IG Dörpfeldstraße
- Förderprogramm

Schwächen

- städtebauliche Qualität mit strukturellen und funktionalen Defiziten
- Parkplatzsituation, hohe Verkehrsdichte fehlender Radweg, enge Fußwege
- fehlende Barrierefreiheit
- teilweise mangelhafte Attraktivität der Angebotskonzepte und Präsentation
  - schwach aufgestellter Wochenmarkt
  - Marktpassagen mit hohem Leerstand

Chancen

- komplexe städtebauliche Maßnahmen
- Flaniermeile mit Treffpunktcharakter
- wachsendes Nachfragevolumen im Einzugsgebiet
- Erschließung Kundenpotenzial WISTA
- Umgestaltung Markt und Umsetzung eines nachfragegerechten Konzeptes
- Profilierung der Marktpassagen als Magnet- und Ankerbetrieb
- Branchenmix und -kompetenz

Risiken

- keine durchdringende Veränderung grundlegender Rahmenbedingungen, öffentlicher Raum, Verkehr etc.
- wirtschaftliche Perspektiven und Attraktivitätsverlust durch strukturelles Abschmelzen inhabergeführter Ladengeschäfte
- keine Umsetzung eines modernen Branchenmixes mit Ankerbetrieben und verschiedenen Formaten