Wissen schafft Zukunft.

Geschäftsstraßenkonzept für das Ortsteilzentrum Dörpfeldstraße

Handlungs- und Entwicklungskonzeption

Workshop am 29.11.2016

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

Agenda zum Workshop 3

BBE Handelsberatung

- Handlungsfelder zur Attraktivitäts- und Funktionsstärkung des Ortsteilzentrums Dörpfeldstraße
- Schwerpunktsetzung und Strukturierung des OTZ Dörpfeldstraße
- Empfehlungen zur Professionalisierung zukunftsfähiger Unternehmenskonzepte
- Diskussion

Funktionswandel der Zentren

BBE Handelsberatung

- Einzelhandel verliert außerhalb der High-Street-Lagen relativ an Bedeutung, insbesondere für Stadtteil- und Ortszentren
- Gastronomie, Dienstleistungen und Wohnen werden wichtiger
- Aufgrund der Digitalisierung gewinnt der öffentliche Raum als Erlebnis- und Begegnungsraum weiter an Bedeutung

Quelle: http://www.port01.com/news/Phaenomen_Bismarckplatz-Regensburg

Handlungsfelder zur Entwicklung des OTZ Dörpfeldstraße

BBE Handelsberatung

Angebot

- Branchenmix: Einzelhandel, Dienstleister, Gastronomie, weitere Nutzungen
- Attraktivität der Angebotskonzepte

Städtebau

- Aufenthaltsqualität
- architektonische Qualität
- Gestaltung öffentlicher Raum

Image

- Geschäftsstraßenmanagement
- Kommunikation
- Veranstaltungen / Events

Erreichbarkeit

- fußläufige Erreichbarkeit
- ÖPNV
- PKW-Erreichbarkeit / Parken

Aktuelle Anbieterstruktur im OTZ Dörpfeldstraße

BBE Handelsberatung

Schwerpunktsetzung & Strukturierung

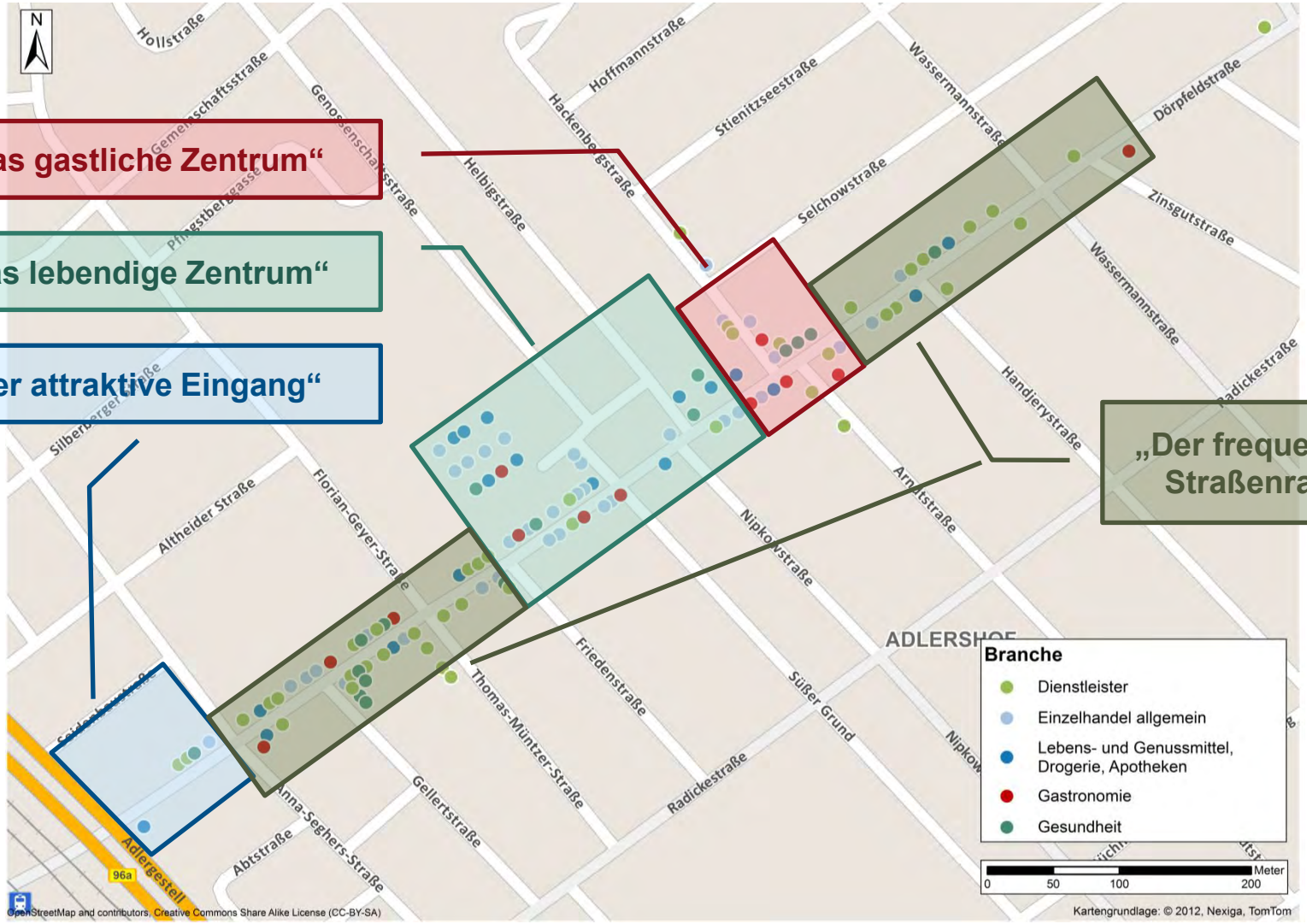
BBE Handelsberatung

„Das gastliche Zentrum“

„Das lebendige Zentrum“

„Der attraktive Eingang“

„Der frequentierte Straßenraum“



Schwerpunkt: „Der attraktive Eingang“

BBE Handelsberatung

Zielsetzung: Schaffung eines attraktiven „Eingangstores“ zum OTZ Dörpfeldstraße mit eigenständigem Nutzungskonzept.

Anforderungen / Maßnahmenkonzept:

- Neubebauung auf südlicher Straßenseite beispielgebend
- Potenzialfläche auf nördlicher Straßenseite mit vergleichbarer Bebauung – Gesamtwirkung als Eingang zur Geschäftsstraße
- Nutzungsalternativen: Wohnnutzung in Obergeschossen, Büronutzungen ab 1. OG
- Handelsnutzung im EG: keine nahversorgungsrelevanten Märkte (Discounter, Drogeriemarkt), geeignet für frequenzabhängige Spezialgeschäfte (S-Bahn-Frequenz nutzen!)

Schwerpunkt: „Das lebendige Zentrum“

BBE Handelsberatung

Zielsetzung: Konzentration der Nahversorgungsfunktionen im Umfeld des Marktplatzes und der bestehenden Magnetanbieter sichert eine hohe Passantenfrequenz im zentralen Bereich des Ortsteilzentrums.

Anforderungen / Maßnahmenkonzept:

- Einbindung eines neukonzipierten Wochenmarktes
- gestalterische Aufwertung des Marktplatzes – barrierefrei von Bebauung an der Genossenschafts-straße bis zur Bebauung an der Helbigstraße – Möglichkeit der Nutzung des Straßenraumes
- Revitalisierung des Standortes der Marktpassagen mit funktionaler Ausrichtung zum Markt
- Erneuerung und Erweiterung der Parkkapazitäten mit westlicher Zufahrt von der Florian-Geyer-Straße und fußläufigem Zugang zum Markt

Schwerpunkt: „Das lebendige Zentrum“

BBE Handelsberatung

Funktionale Defizite der Marktpassagen aus Handelssicht:

- 2-etagige Anlage mit Supermarkt im Untergeschoß
- mehrheitlich tiefe, verwinkelte und ungünstige Ladengrundrisse mit schmaler Fensterfront
- schmale, lange Gänge ohne Magnetfunktion am Ende
- zu viele Ladeneinheiten – geht über Funktion als Ankerbetrieb hinaus
- beengte Zufahrt zur Tiefgarage und beengte Parkflächen
- beengter, schlecht wahrnehm-barer Zugang vom Markt

Schwerpunkt: „Das lebendige Zentrum“

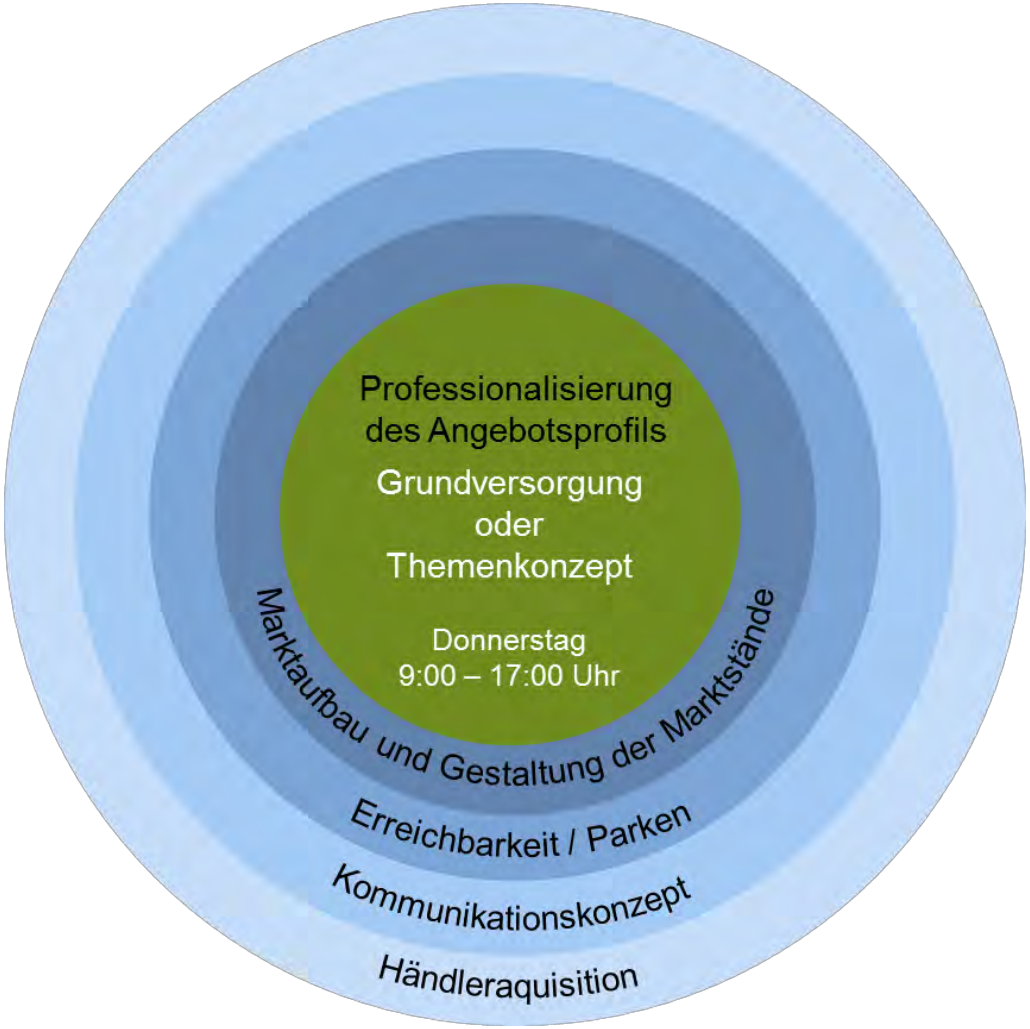
BBE Handelsberatung

Revitalisierung Marktpassage - Empfehlung zur Neubebauung:

- Umwandlung des kleinteiligen Shoppingcenters in einen modernen Fachmarktstandort mit ausgewählten Magnetbetrieben
- Handelsnutzung im EG – UG ausschließlich Parkflächen
- Supermarkt im westlichen Teilbereich mit einheitlicher, vorgelagerter Ladenzone – Hinwendung zum Markt
- Erhalt der Bestandsmieter (Rossmann, KiK, Mäc Geiz, Eiscafé)
- neue Zufahrt zur Tiefgarage direkt von Dörpfeldstraße – Modernisierung des Parkhauses – zeitgemäße Parkflächen
- Anzustreben: Ausweitung und Attraktivierung des Marktzugangs

Schwerpunkt: „Das lebendige Zentrum“
Neuaufstellung des Wochenmarktes

BBE Handelsberatung



Schwerpunkt: „Das lebendige Zentrum“
Neuaufstellung des Wochenmarktes

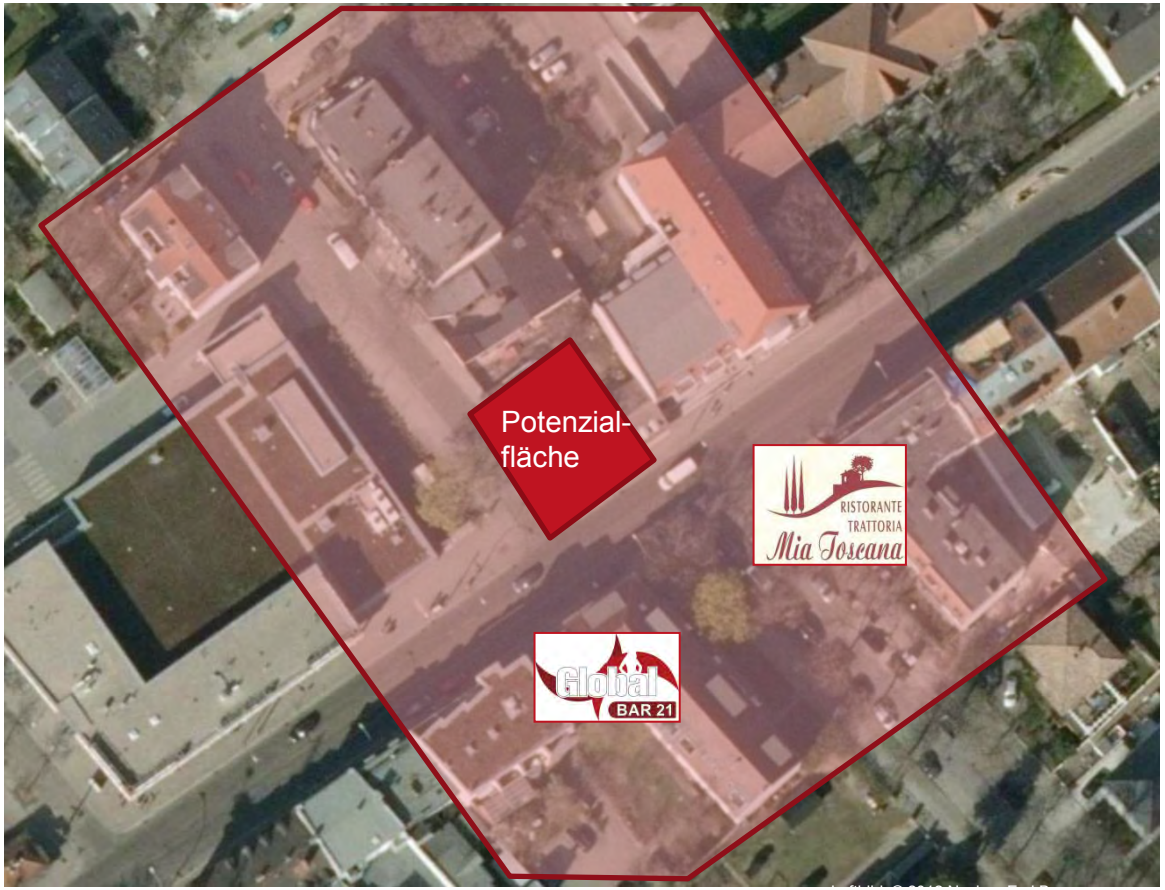
BBE Handelsberatung

Handlungsfeld	Maßnahmen
Professionalisierung des Angebots	• Neukonzeptionierung des Wochenmarktes mit einer Profilierung im Food-Bereich • Akquisition von Händlern • Workshop / Beratung zur nachfragegerechten Angebotsprofilierung und moderner Warenpräsentation (optional) • Einsatz einer Checkliste für Marktmanagement
Marktaufbau und Gestaltung der Marktstände	• Überarbeitung des Flächenkonzeptes • Erarbeitung einer Gestaltungsrichtlinie für den Wochenmarkt
Erreichbarkeit / Parken	• Hinweisschilder zur besseren Orientierung • Bereitstellung von Händlerparkplätzen (keine „Wagenburg“) • Festlegung von Öffnungszeiten (Donnerstag, 09:00 bis 17:00 Uhr)
Kommunikationskonzept	• Erarbeitung Marketingkonzept (Zusammenarbeit mit Werbeagentur): Bildsprache, Claim, Mediamix, Kostenverteilung, Grundgestaltung Hauptmedien • Homepage Dörpfeldstraße mit Wochenmarktpräsenz • Einbindung in sozialen Medien • Exposé zur Händleransprache
Händlerakquisition	• gezielte Akquisition mit neuem Handlungskonzept und Exposé zur Händlerakquisition • Unterstützung von Existenzgründungen im Markthandel durch: Übersicht zu Ansprechpartnern und Fördermöglichkeiten für Existenzgründungen, Unterstützung durch Ermäßigung der Standgebühren

Schwerpunkt: „Das gastliche Zentrum“

BBE Handelsberatung

Zielsetzung: Gastronomie als wichtiger Baustein für das emotionale Erlebnis im Ortsteilzentrum. Erhöhung der Aufenthaltsqualität und Verweildauer sowie Imagegewinn!



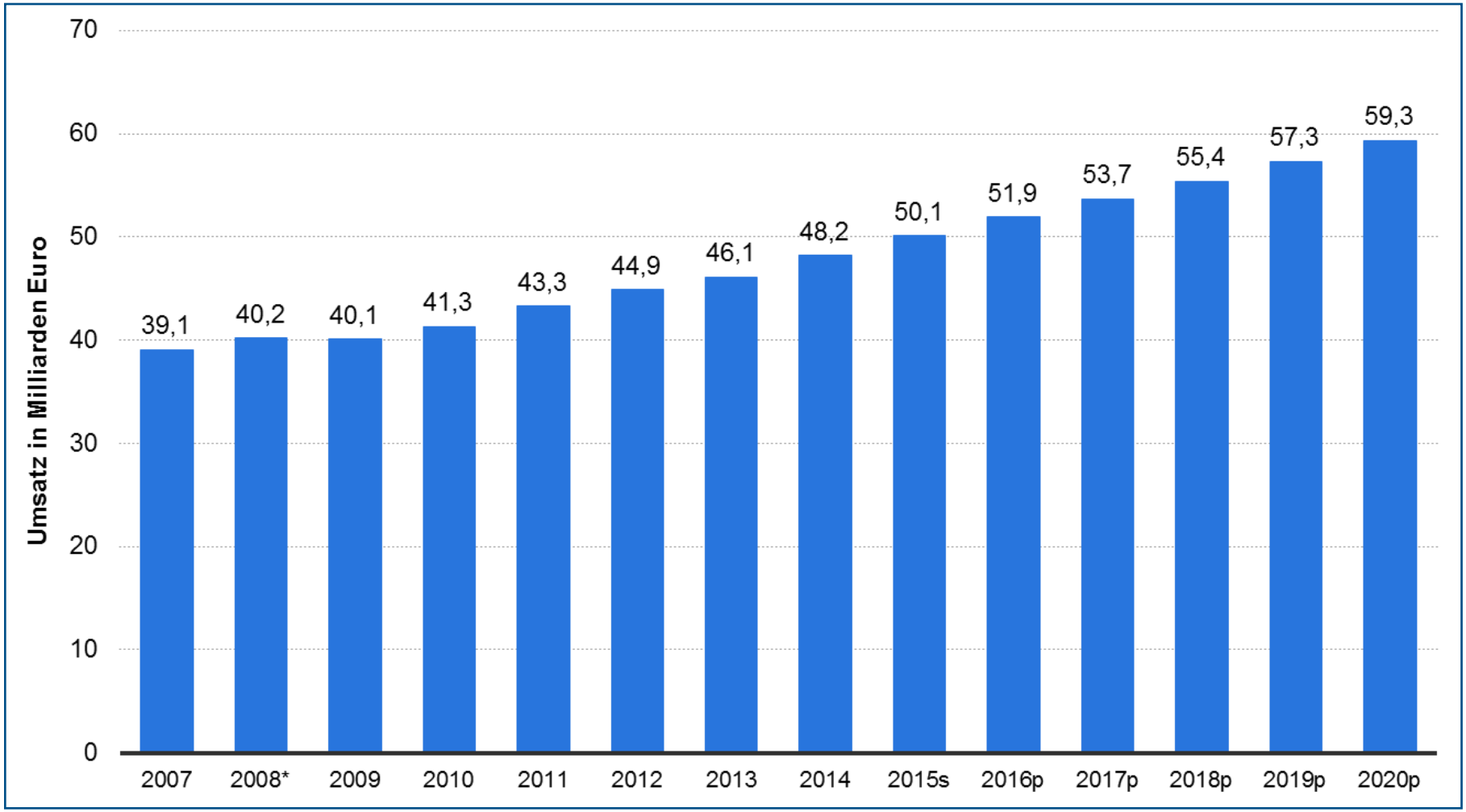
Anforderungen / Maßnahmenkonzept:

- Funktionale und konzeptionelle Ergänzung vorhandener gastronomischer Angebote (aktuelle Kundenbewertung: 2,7)
- Innovative Gastrokonzepte und deren räumlich-funktionale Einbindung zur Erschließung der Potenziale am Standort
- Konzepte, die sich mit Standort und Zielgruppen identifizieren
- Treffpunktcharakter und Kommunikation ausprägen
- Moderne, anspruchsvolle Freisitze schaffen Atmosphäre
- Unterstützung durch Aufwertung des öffentlichen Raums & Genehmigungen für Terrassenflächen

Gastronomie mit Wachstumsschub

BBE Handelsberatung

Umsatzentwicklung und -prognose in der Gastronomie in Deutschland



Quelle: Statista (eigene Berechnungen); Statistisches Bundesamt (Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen des Bundes); IMF; ID 248617

Schwerpunkt: „Das gastliche Zentrum“

Standorteignung:

- Anbindung an Angebote im Umfeld zur Ausprägung gastronomischer Kompetenz
- nach Umgestaltungsmaßnahmen u.a. im Marktbereich attraktiver öffentlicher Raum
- Flächenverfügbarkeit für Außenbereiche
- aufgelockerte Bebauung
- Arndtstraße mit Grünbereich
- handwerkliches Burgerkonzept bzw. auch Bakery sprechen jüngere Kundenzielgruppen an

Schwerpunkt: „Der frequentierte Straßenraum“

BBE Handelsberatung

Zielsetzung: Frequenzausstrahlung in die weiterführende Geschäftsstraße beiderseits des Zentrums um den Markt durch ein Anreizsystem aus einer Kombination von Angebotsstruktur und Gestaltung des öffentlichen Raumes!

Anforderungen / Maßnahmenkonzept:

- Abhängigkeit von städtebaulichen Faktoren offensichtlich
  - ✓ weitergehende Sanierung der Gebäudesubstanz
  - ✓ durchgehend attraktive, fußläufige Erreichbarkeit als zwingend notwendige Basis – Dörpfeldstraße vorrangig fußläufig aufgesucht
  - ✓ Straßengrün? – Möglichkeiten konkret auswählen – Alternative: Fassadengestaltung
- Außendarstellung der Geschäftseinheiten mit Mindestanforderungen – Erarbeiten einer Gestaltungssatzung
- Modernisierung von Angebotskonzepten und Ladengestaltung
- Nutzung der Schaufensterwirkung (Gestaltung, Einblick in den Laden, Licht)
- gezielte Ansiedlung – Leerstandsnutzung (Pop Up Store)

BBE Handelsberatung

Warum soll der Kunde ausgerechnet bei mir kaufen?

- Was glauben Sie, wie wird das Geschäftsmodell in zwei, fünf oder zehn Jahren aussehen?
- Ist das eigene Unternehmen dann noch auf dem Markt und gehört es zu den Spielentscheidern?
- Was ist Wettbewerbern mit neuen Geschäftsmodellen entgegenzusetzen?
- Spürt mein Kunde Genuss- oder Erlebnisanreize? Übertreffe ich die Erwartungen meiner Kunden?
- Ist meine Profilierung auf einen Wettbewerbsvorteil ausgerichtet und hinreichend konkret?
- Sind unsere Qualitätskriterien wirklich ein Wettbewerbsvorteil?

Die Realität: Profilierungsfaktoren im Handel

BBE Handelsberatung

Alle im Markt vom Kunden wahrgenommenen Aktivitäten im Einzelhandel lassen sich unter folgenden strategischen Profilierungsfaktoren zusammenfassen:

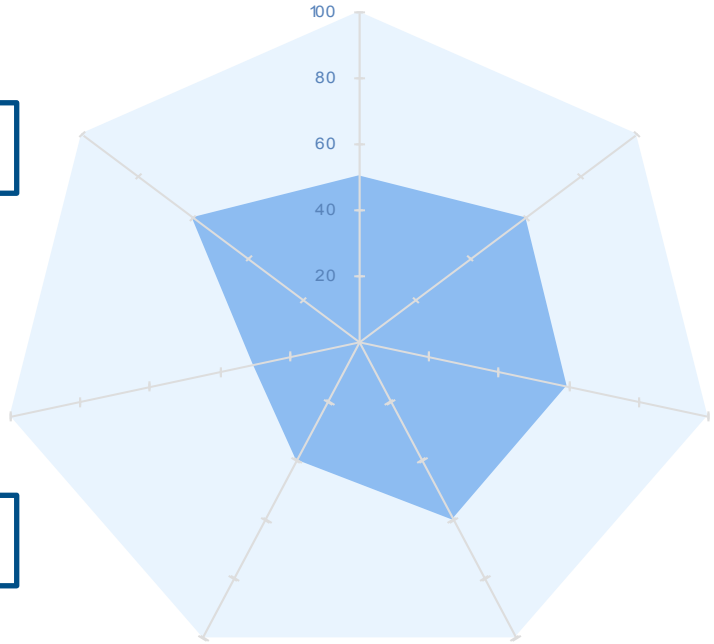
Standort

Service/Dienstleistungen

Oft nur Lippenbekenntnis – oder zu wenig kommuniziert

Erscheinungsbild

Modernisierungszyklen werden länger, fehlendes Kapital führt zu Investitionsstau



Marktkommunikation

Wahrnehmung im regionalen Markt zu gering

Mitarbeiter

Kompetenz nicht gut genug, um differenziert wahrgenommen zu werden

Preis

Subjektiv wahrgenommener Preisabstand zu groß

Sortiment

Weiterentwicklung zeitgemäßer Angebotskonzepte

BBE Handelsberatung

Weiterentwicklung zeitgemäßer Angebotskonzepte

BBE Handelsberatung

Beispiel
Tchibo Concept-Store

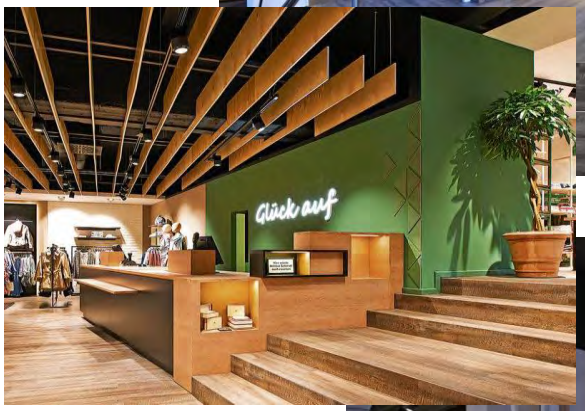
Hamburg (St. Georg)

Tchibo testet neuen Ladenbau und eine andere Präsentation der Non-Food-Sortimente, incl. einem Modul für Online-Bestellungen.

Weiterentwicklung zeitgemäßer Angebotskonzepte

BBE Handelsberatung

Beispiel
Thematische Ladengestaltung / Präsentation
Modehaus Mensing



Bottrop/Deutschland, Eröffnung: März 2015, Verkaufsfläche: 511 qm

„Glück auf“
Modehaus spiegelt Historie der Ruhrmetropole wider, Grubenlampen, Infopunkt im Stil einer „Trinkhalle“, Loren aus dem Untertagebau erwecken die vergangene Industriekultur zum Leben

Weiterentwicklung zeitgemäßer Angebotskonzepte

BBE Handelsberatung

POP UP STORE

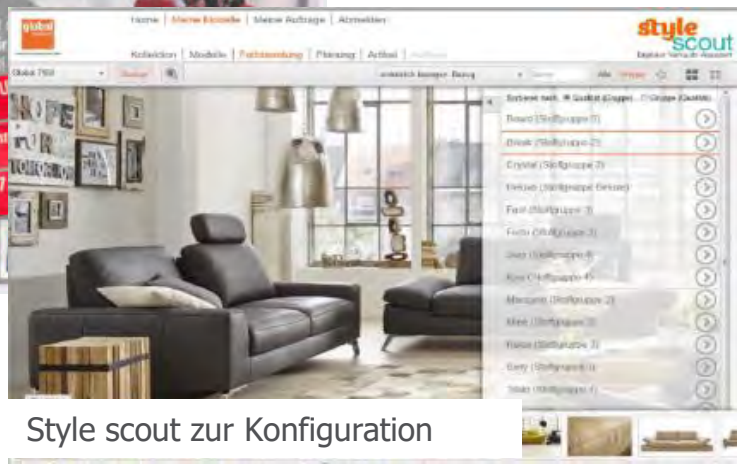
- Temporär – Saisonal
- Zwischennutzung Ladenleerstand
- kreative Shops, Kundeninspiration, Inszenierung
- Neugier, „Jagdinstinkt“
- wechselnde Attraktionen
- Marktauftritt von Labels / jungen Unternehmen ermöglichen
- Angebotsergänzungen außerhalb der 1a-Lagen
- Attraktivität durch künstliche Verknappung (…bald wieder weg!)
- Bekanntmachung über Social Media
- Abstimmung Personal - Konzept

Weiterentwicklung zeitgemäßer Angebotskonzepte – Besuchs- und Kaufanlässe schaffen

BBE Handelsberatung

Abteilungseröffnungen

Events



Style scout zur Konfiguration

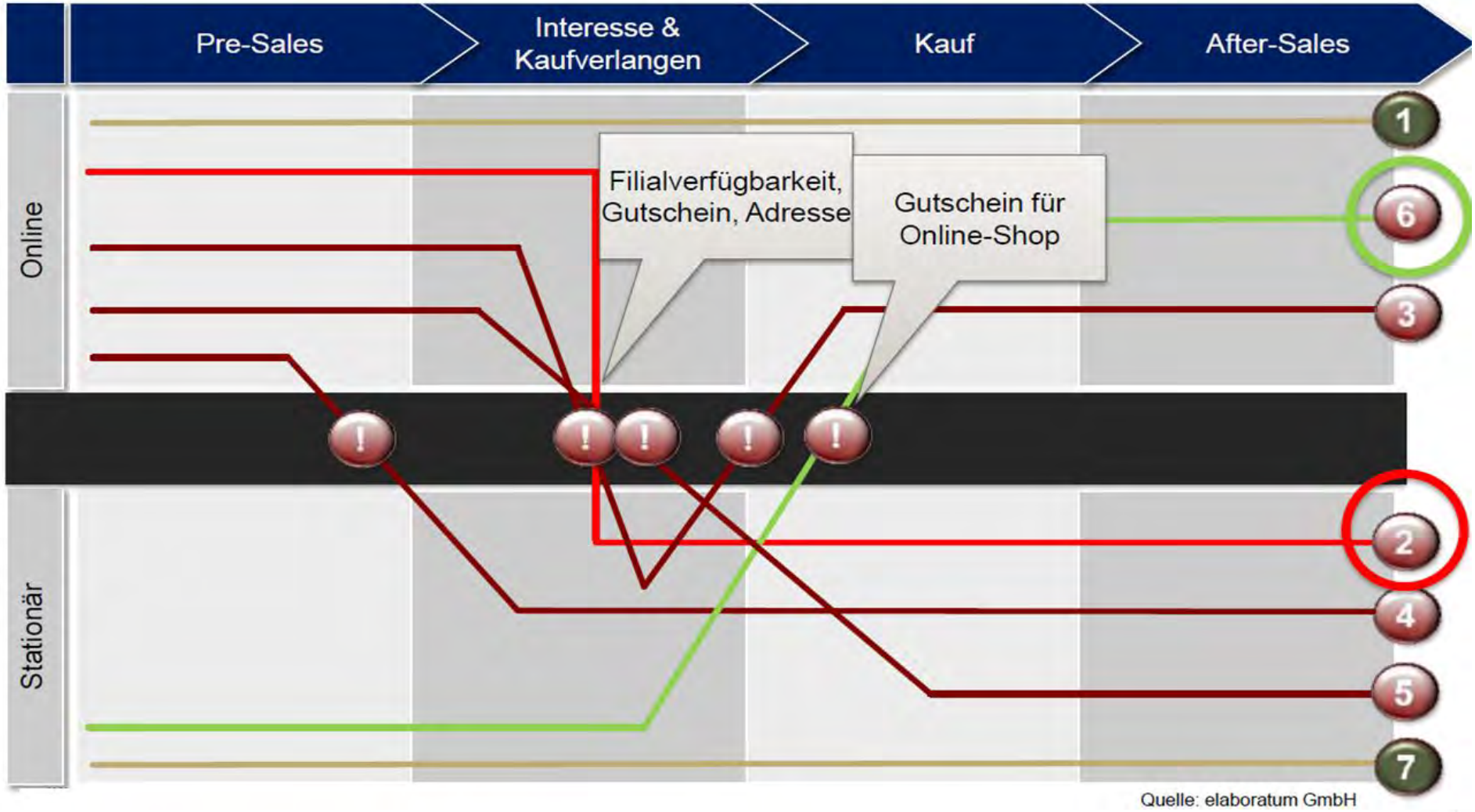
Social Media

Nürnberger Meisterhändler

Weber Grillakademie

Herausforderung für den stationären Handel: Kanalwechsel „leben“

BBE Handelsberatung



Weiterentwicklung zeitgemäßer Angebotskonzepte

BBE Handelsberatung

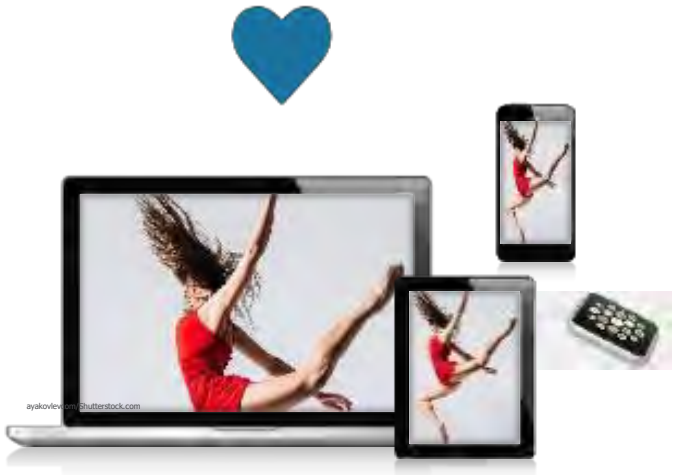
Quelle: 2b AHEAD ThinkTank,
Trendstudie: Die Zukunft des stationären Handels

Die Grenzen zwischen virtueller und realer Welt verschwinden zunehmend. ➥ Gestalten Sie diesen Prozess!

Das Internet muss in allen Kaufprozessen zentraler Bestandteil von Strategie und Marketing sein

BBE Handelsberatung

Vorkaufphase → **Kaufphase** → **Nachkaufphase**



Die Nutzung digitaler Medien nimmt weiter rasant zu – in allen Zielgruppen

Digitale Sichtbarkeit für das einzelne Unternehmen….

BBE Handelsberatung

Selbst wenn Sie die tollsten Produkte, Services und Filialen haben…

Rambutan Fruit Studio, Kiew / Ukraine

Wenn Sie online nicht gefunden werden sind Sie in der Welt vieler **nicht existent!**

Dylan's Candy Bar , Chicago / USA

…. und für regionale Zusammenschlüsse.

BBE Handelsberatung

z.B.: Online City Wuppertal (atalanda) - ROPO-Prozesse sowie Online-Bestellung mit rein regionaler Lieferung

Funktionen:

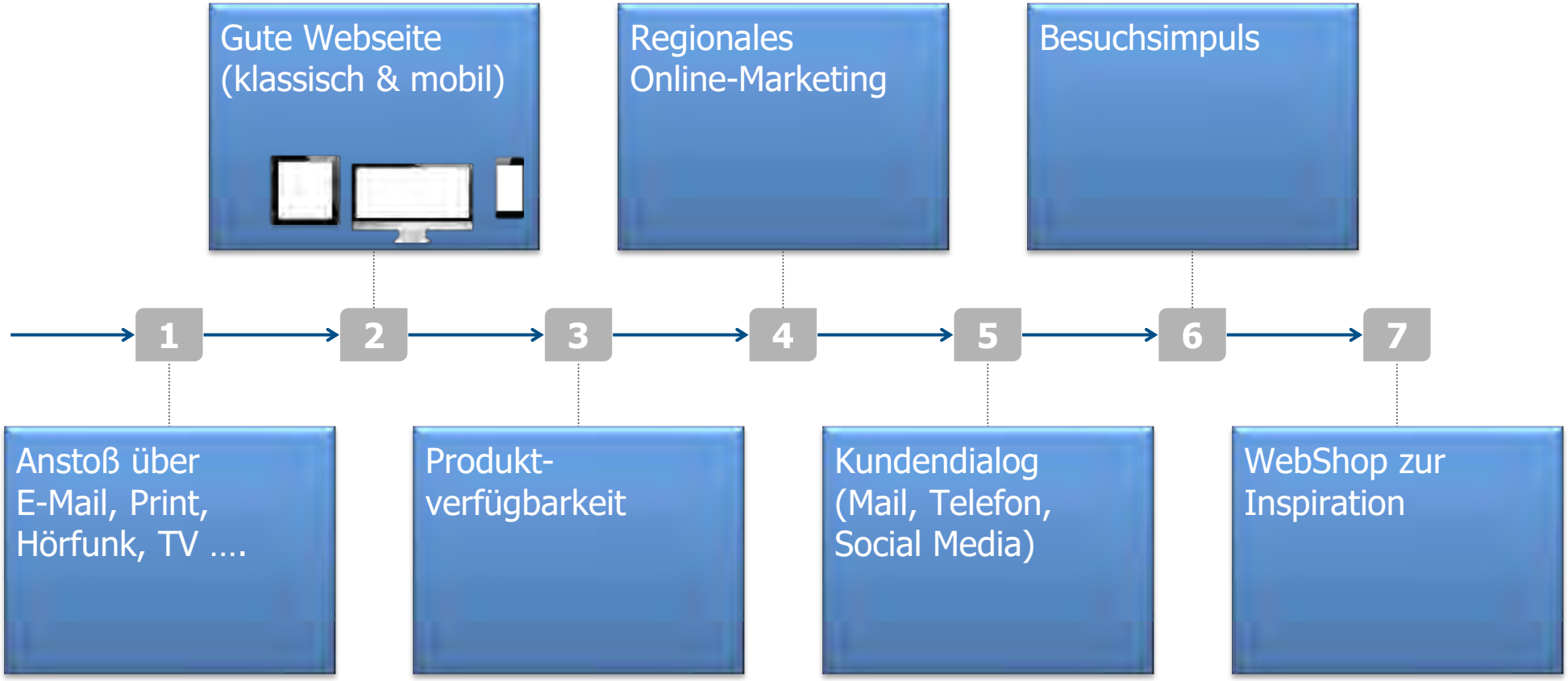
- Darstellung von Produkten, Marken und Sortiment
- Darstellung der einzelnen Geschäfte inkl. Lokalisierung auf Karte
- Möglichkeit der Online-Bestellung mit regionaler Lieferung (Same day delivery)
- Smartphone-taugliche Darstellung
- Händler pflegen Produkte (Kategorien, Bilder und Texte) sowie Gutscheine/ Coupons selbst ein
- Promotion von einzelnen Artikeln möglich
- Kontinuierliche Weiterentwicklung erkennbar
- Kooperation mit „BUYLOCAL“

Quelle: elaboratum im Rahmen des Projektes

DIGITALE EINKAUFSSTADT BAYERN

Mit diesen Maßnahmen können Sie Kunden in der Vorkaufphase für sich gewinnen

BBE Handelsberatung



Was können Sie mitnehmen - Vorkaufphase?

BBE Handelsberatung

Im Internet Relevanz aufbauen –
insbesondere auch für mobile Endgeräte.

Kundeninteraktion aufbauen
(Kontaktbarriere senken ->E-Mail, Telefon, Webseite, Chat etc.).

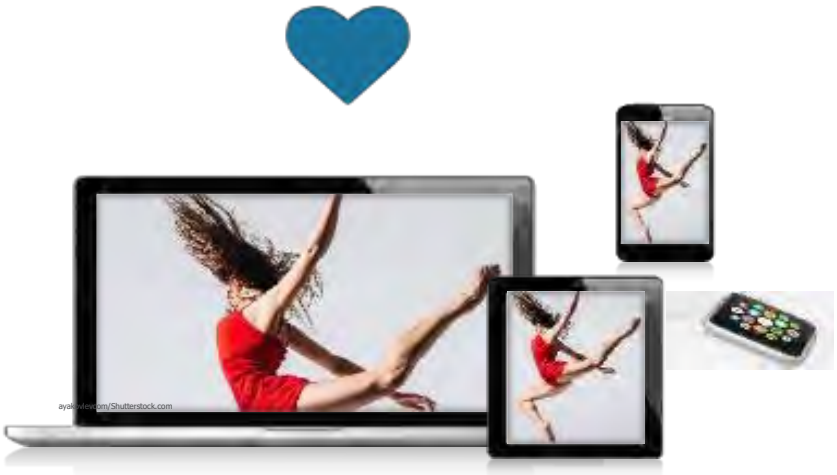
Besuchs- und Kaufanlässe schaffen.

Vorteilskommunikation: einheitlich, emotional und hochwertig.

In der Kaufphase steigt der Anspruch der Konsumenten !

BBE Handelsberatung

Vorkaufphase | **Kaufphase** | **Nachkaufphase**

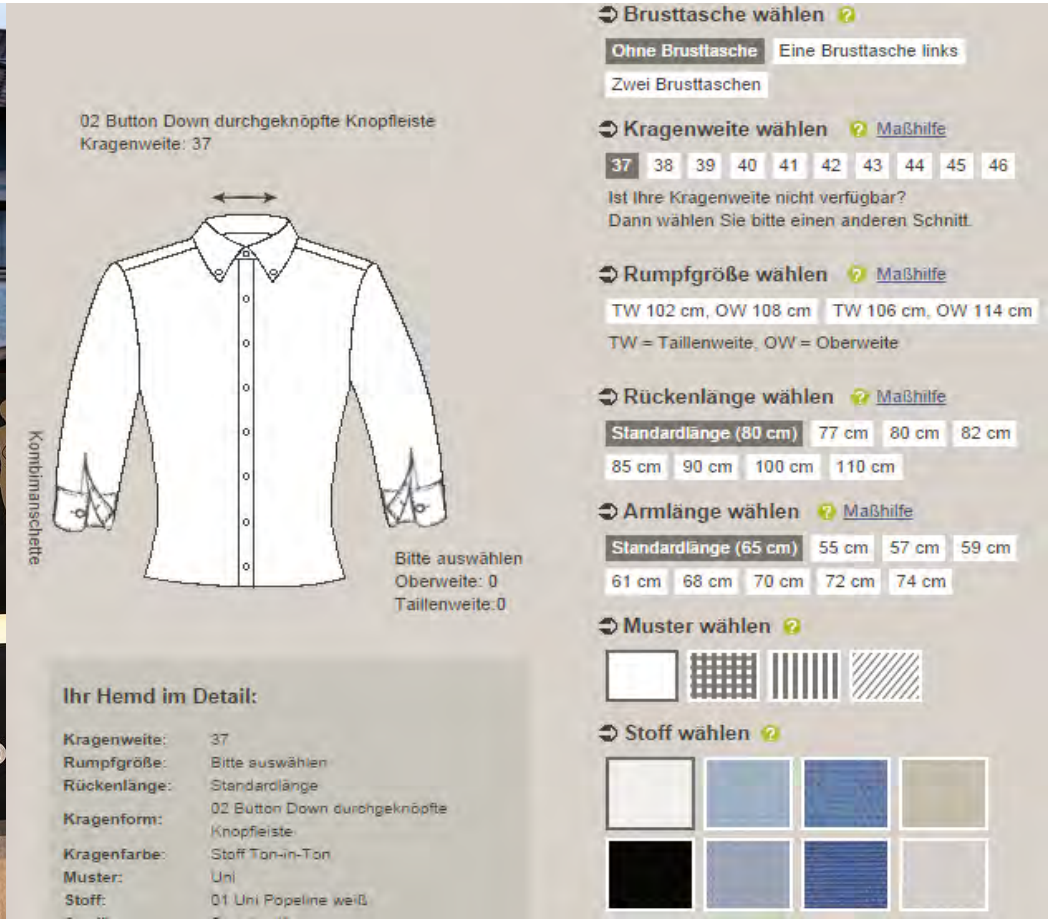


Weiterentwicklung zeitgemäßer Angebotskonzepte

BBE Handelsberatung

Beispiel Modehaus

3. Preis Innovationspreis der RID-Stiftung 2013



Herausforderung:

Der Flächenbedarf im stationären Handel wird sich durch Virtualisierung deutlich verändern !

Neue Arten von Verkaufsgesprächen: Hybride Beratung

BBE Handelsberatung

Beispiel Tablet bei Ambiente Direct

Weiterentwicklung zeitgemäßer Angebotskonzepte

BBE Handelsberatung

Beispiel
Interaktive Präsentationssysteme und Hybride Beratung

Der Verkäufer mit den gleichen „Waffen“ !

Nicht maximale Fläche wird entscheiden, sondern maximales Sortiment!

Was können Sie mitnehmen? - Kaufphase

BBE Handelsberatung

Spitzenleistung im Verkauf neu definieren.

Technische Unterstützung bei Planung, Sortimentserweiterung, Visualisierung nutzen.

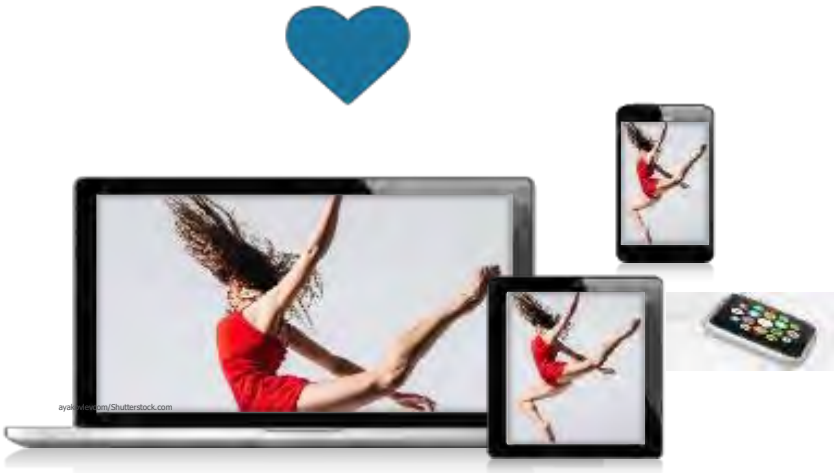
Kundenzufriedenheit und Mitarbeiterzufriedenheit sind untrennbar.

Einkaufserlebnisse schaffen – Gastgeber sein.

In der Nachkaufphase entscheidet sich der Grad der Kundenbindung und die Empfehlungsquote

BBE Handelsberatung

Vorkaufphase → **Kaufphase** → **Nachkaufphase**



Nachkaufphase: tiefe Kundenbeziehung ist Pflicht

BBE Handelsberatung

- Individuelle Coupons und Empfehlungen
- Mobiles Bezahlen
- Kundenkonto einsehen
- Events und Aktionen
- Teilen von Inhalten
- Serviceleistungen

Was können Sie mitnehmen? - Nachkaufphase

Absolute Kulanz.

Lieferservices anbieten und bepreisen.

Gezielte Kundenbeziehungsaktivitäten als fester Bestandteil des Kundenprozesses.

… und zum Glück ist der Handel anpassungsfähig!!

BBE
Handelsberatung

Quelle: www.romankmenta.com