

Kurzexpertise Durlach: Analyse des Einzelhandels und strategische Ableitungen zum Erhalt bzw. Ausbau Durlachs in seiner Funktion als B-Zentrum



Durlach, den 13. Juni 2018

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

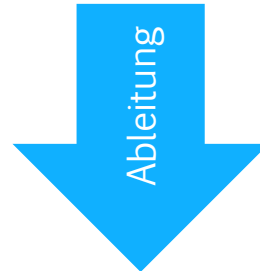
Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Teil 1: Analyse der vorliegenden Einzelhandelsstruktur im Stadtteilzentrum Durlach

- Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz nach Warengruppen, Qualitäten und Betriebsformen
- Berechnung einzelhandelsrelevanter Kennzahlen
- Einzugsgebiet Durlachs
- Ergänzung des Einzelhandels durch andere innerstädtische Strukturen Durlachs (Nutzungsmischung)
- Einschätzungen zur städtebaulichen Attraktivität



Teil 2: Strategische Ableitungen zum Erhalt bzw. Ausbau Durlachs in seiner Funktion als B-Zentrum

- Zukunftsfähige Weiterentwicklung des Einzelhandelsbesatzes nach Betriebsformen, Warengruppen und Qualitäten
- Profilbildung in Abgrenzung zur Karlsruher Innenstadt
- Über den Einzelhandelsbesatz hinausgehende Attraktivierung

Kurzexpertise B-Zentrum Durlach

Einzelhandelsbestand Status Quo

- Innerhalb des Stadtteilzentrums wurden insgesamt 96 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 16.940 qm erhoben. Die generierte Umsatzleistung beläuft sich auf ca. 60,5 Mio. €
- Schwerpunkte liegen v.a. im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, Einrichtungsbedarf und auch Optik/Hörakustik
- Der Anteil der Fachgeschäfte ist mit über 90 % als ausgesprochen hoch zu bewerten, filialisierte Fachmarktkonzepte sind nur vereinzelt zu finden
- Die ansässigen Betriebe weisen eine überwiegend kleinteilige Struktur auf, rund dreiviertel der Einzelhandelsbetriebe verfügen über eine Verkaufsfläche von weniger als 100 qm



Kurzexpertise B-Zentrum Durlach

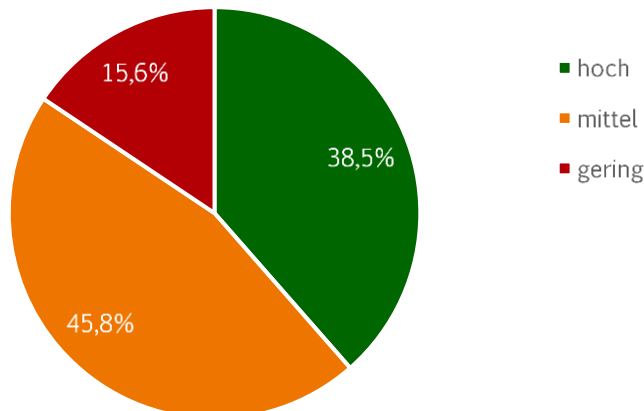
Einzelhandelsbestand Status Quo



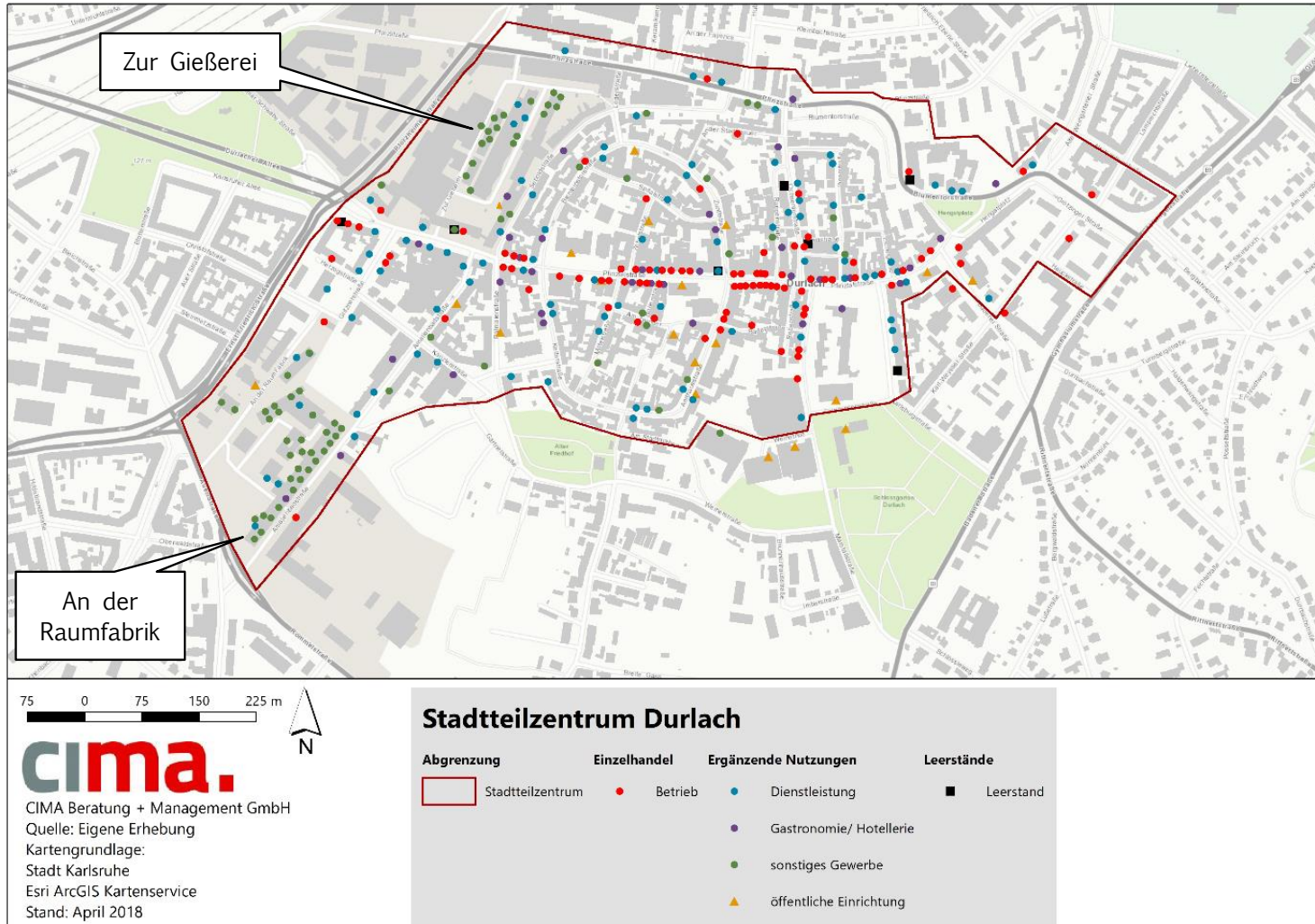
Branchen/ Bedarfsgruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	21	4.890	21,4
Gesundheit und Körperpflege	7	830	4,6
Schnittblumen, Zeitschriften	2	80	0,4
kurzfristiger Bedarf insgesamt	30	5.800	26,3
Bekleidung, Wäsche	9	1.180	3,7
Schuhe, Lederwaren	4	620	1,8
Bücher, Schreibwaren	4	570	2,3
Spielwaren, Hobbybedarf	3	215	0,7
Sportartikel, Fahrräder	3	415	1,4
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	3	445	2,0
Uhren, Schmuck	7	225	1,8
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	12	800	7,0
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	7	1.355	4,2
Einrichtungsbedarf	9	5.030	8,4
Baummarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	5	285	0,8
Mittel- und langfristiger Bedarf insgesamt	66	11.140	34,2
Einzelhandel gesamt	96	16.940	60,5

- **Zielgruppenansprache:** der überwiegende Teil der Betriebe weist eine qualitätsorientierte oder konsumorientierte Zielgruppenansprache auf, so dass die Bevölkerung im Einzugsgebiet zielgruppengerecht angesprochen wird
- **Warenpräsentation:** durch den geringen Filialisierungsgrad ist zum einen eine individuellere Warenpräsentation gegeben, zum anderen sind dadurch auch in Teilen weniger professionell aufgestellte Betriebe vorhanden
- **Wettbewerbsfähigkeit:** 38,5 % der Betriebe weisen eine hohe Wettbewerbsfähigkeit auf -> positiver Wert für ein Stadtteilzentrum; jedoch auch leicht überdurchschnittlicher Anteil der Betriebe mit einer niedrigen Wettbewerbsfähigkeit (15,6 %) -> birgt gewisse Risiken!

Abb. 1 Bewertung der Wettbewerbsfähigkeit der Einzelhandelsbetriebe in der Durlacher Innenstadt (nach Anzahl der Betriebe in %)



Karte 1: Nutzungskartierung im B-Zentrum Durlach



Kartengrundlage: Stadt Karlsruhe 2018, CIMA Bearbeitung 2018; *aus Darstellungsgründen werden die Betriebe in den Bereichen "Zur Gießerei" sowie "An der Raumfabrik" in Teilen kumuliert ausgewiesen

Kurzexpertise B-Zentrum Durlach

Entwicklungspotentiale Einzelhandel



Branche / Sortiment	Entwicklungspotentiale / Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	<ul style="list-style-type: none">▪ Augenscheinlich kein Angebotsdefizit vorhanden▪ Fokus: Beibehalten des Status-Quo▪ Ggf. kleinteilige Ergänzung durch Anbieter aus dem Biosegment▪ Lebensmitteldiscounter fehlt, jedoch augenscheinlich keine Flächenverfügbarkeit im Stadtteilzentrum vorhanden
Gesundheit und Körperpflege	<ul style="list-style-type: none">▪ Kein dringlicher Handlungsbedarf erkennbar▪ Möglichkeiten zur Erweiterung (Verlagerung) des dm Drogeriemarktes prüfen▪ Ergänzend ggf. Ansiedlung kleinteiliger Filialkonzepte aus dem Kosmetikbereich bei Leerständen (z.B. Rituals, Lush)
Schnittblumen, Zeitschriften	<ul style="list-style-type: none">▪ Nach Möglichkeit Ansiedlung eines Fachgeschäfts für Floristik zur Abrundung des Angebots (Schließung kleinteiliger Leerstände)
Bekleidung, Wäsche	<ul style="list-style-type: none">▪ Sicherung und Weiterentwicklung der bestehenden Angebote▪ Ggf. Ergänzung durch kleinteilige Fachgeschäfte mit Spezialsortiment (z.B. handgenähte Kleidung für Babys / Kleinkinder), die typisch sind für Stadtteilzentren

Branche / Sortiment	Entwicklungspotenziale / Empfehlungen
Schuhe, Lederwaren	<ul style="list-style-type: none">▪ Kein Handlungsbedarf erkennbar▪ Fokus auf Sicherung bzw. Weiterentwicklung der bestehenden Angebotsstrukturen
Bücher, Schreibwaren	<ul style="list-style-type: none">▪ Kein akuter Handlungsbedarf ableitbar▪ Fokus auf Sicherung der bestehenden Fachhändler
Spielwaren, Hobbybedarf	<ul style="list-style-type: none">▪ Derzeit kein akuter Handlungsbedarf zu erkennen▪ Fokus auf Sicherung bzw. Weiterentwicklung des bestehenden Angebots▪ Erweiterung des Angebots ggf. durch Randsortimentsbereiche anderer Anbieter
Sportartikel, Fahrräder	<ul style="list-style-type: none">▪ Ansiedlungen insbesondere im Sportbereich sind grundsätzlich zu begrüßen▪ Wenngleich das Angebot heute jedoch vergleichsweise klein ist, so ist eine Neuansiedlung im Sportsegment dennoch eher unrealistisch (beschränktes Einzugsgebiet, Zielgruppen) auch unter Berücksichtigung der starken Wettbewerber in der Karlsruher City
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	<ul style="list-style-type: none">▪ Trotz des geringen Angebotsbestands sind Neuansiedlungen im Elektronikbereich als eher unrealistisch zu bewerten, da dieses Segment durch starke Konzentrationsprozesse sowie einem zunehmenden Onlineanteil geprägt ist

Branche / Sortiment	Entwicklungspotentiale / Empfehlungen
Uhren, Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> Das Angebot ist bereits heute stark ausdifferenziert; so dass kein Entwicklungspotential zu erkennen ist
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	<ul style="list-style-type: none"> Starke Ausdifferenzierung im Gesundheitsbereich als positives Standortmerkmal des Stadtteilzentrums (Kombination mit Arztpraxen sowie Apotheken) kein zusätzliches Entwicklungspotential abzuleiten Fokus auf Sicherung bzw. Weiterentwicklung des bestehenden Angebots
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	<ul style="list-style-type: none"> Sicherung und Weiterentwicklung der bestehenden Angebote Ggf. kleinteilige Angebotsergänzungen (Ausdifferenzierung mit Nischenprodukten) sinnvoll
Einrichtungsbedarf	<ul style="list-style-type: none"> Kein Handlungsbedarf im Möbelkernsortiment; Sicherung der bestehenden Angebotsstrukturen Ggf. kleinteilige Angebotsergänzungen im Bereich Wohnaccessoires
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	<ul style="list-style-type: none"> Kein Entwicklungspotential in Form von Neuansiedlungen erkennbar Fokus im Bereich Bestandssicherung

Kurzexpertise B-Zentrum Durlach

Städtebauliche Betrachtung - Eindrücke

CIMA.



Erreichbarkeit/Parken

- Erreichbarkeit ist grundsätzlich als gut zu bewerten
- Beschilderungskonzept sowie ggf. Auslastung der Parkplätze sind zu prüfen

Orientierung/Fußgängerleitsystem

- Derzeit weder ein Beschilderungssystem noch Stadtpläne vorhanden
- Verbesserung der Besucherlenkung zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität

Eingangsbereiche

- Im Osten bereits gut, im Westen Optimierungspotential vorhanden
- Insbesondere Immobilie Westeingang, Nordseite Pfinztalstraße modernisierungsbedürftig

Öffentlicher Raum/ Aufenthaltsqualität

- Insgesamt gut, punktuell Aufwertungspotential gegeben
- Zusätzliche Fahrradständer, Erneuerung Pflanzkübel, bessere Abgrenzung Gehweg/
Schienenbereich

Nahversorgung

Entschleunigung &
Aufenthaltsqualität

medizinische
Versorgung

Moderne
Arbeitsplätze

Kurzexpertise B-Zentrum Durlach

Profilierungsziele



Profilierungsziel	Empfehlungen
Attraktiver Nahversorgungsstandort	<ul style="list-style-type: none">▪ Erhalt der bestehenden Nahversorgungsstrukturen -> Edeka Scheck-In als Magnetbetrieb sowie auf die Besonderheit der Frischemärkte▪ Langfristige Bestandsicherung dm: ggf. Erweiterungsoptionen prüfen▪ Ausbau der Nahversorgungscompetenz z.B. durch Anbieter aus dem Bio-Segment
Ort der Entschleunigung	<ul style="list-style-type: none">▪ Kommunikation der Durlacher Innenstadt als entschleunigtes Zentrum -> attraktive Gastronomie, hohe Aufenthaltsqualität▪ Stadtteilzentrum der kurzen Wege▪ Herausstellung der hohen Wohnqualität, Ruhepol gegenüber der belebten Haupteinkaufslage
Ort für medizinische Versorgung	<ul style="list-style-type: none">▪ Förderung der Wahrnehmung als Zentrum für medizinische Versorgung für die östlichen Stadtteile von Karlsruhe▪ Verstärkte Förderung der Austauschbeziehungen von Patienten und sonstigen Besuchern mit den übrigen Angeboten der Durlacher Innenstadt, hierbei vorrangig Gastronomie und Einzelhandel, um die Strukturen innerhalb des Stadtteilzentrums zu stützen
Standort für moderne Arbeitsplätze	<ul style="list-style-type: none">▪ Förderung der Austauschbeziehung zwischen dem Beschäftigten an den Standorten „Zur Gießerei“ und „An der Raumfabrik“ mit der Durlacher Innenstadt -> Gastronomie- und Convenienceangebote▪ Resultierend aus den verstärkenden Austauschbeziehung ist auch ein Ausbau des zielgruppengerechten Einzelhandelsangebotes anzustreben▪ Vermarktung Durlachs als moderner und attraktiver Arbeitsstandort zur Erhöhung bzw. Festigung des Einzugsgebietes des Stadtteilzentrums

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Dipl. Geograph Christian Hörmann
E-Mail: hoermann@cima.de
Telefonnummer: 089-55118-373

CIMA Beratung + Management GmbH
Brienner Straße 45
80333 München



www.cima.de