

Prof. Dr. Volker Eichener

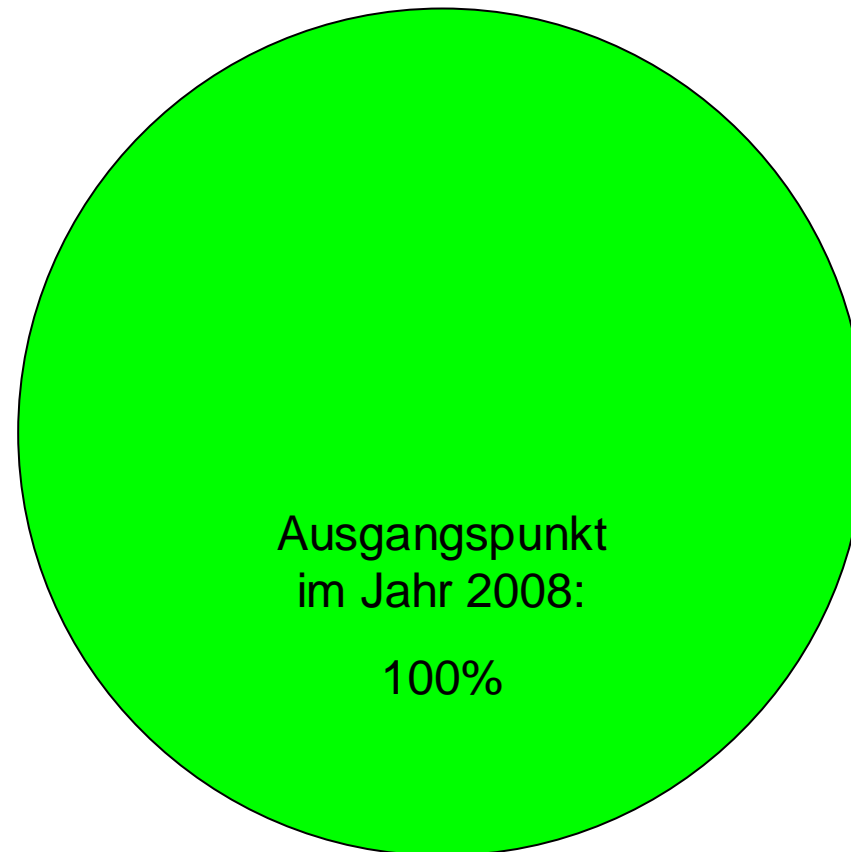
Karstadt retten oder nicht?

Perspektive Innenstadtentwicklung

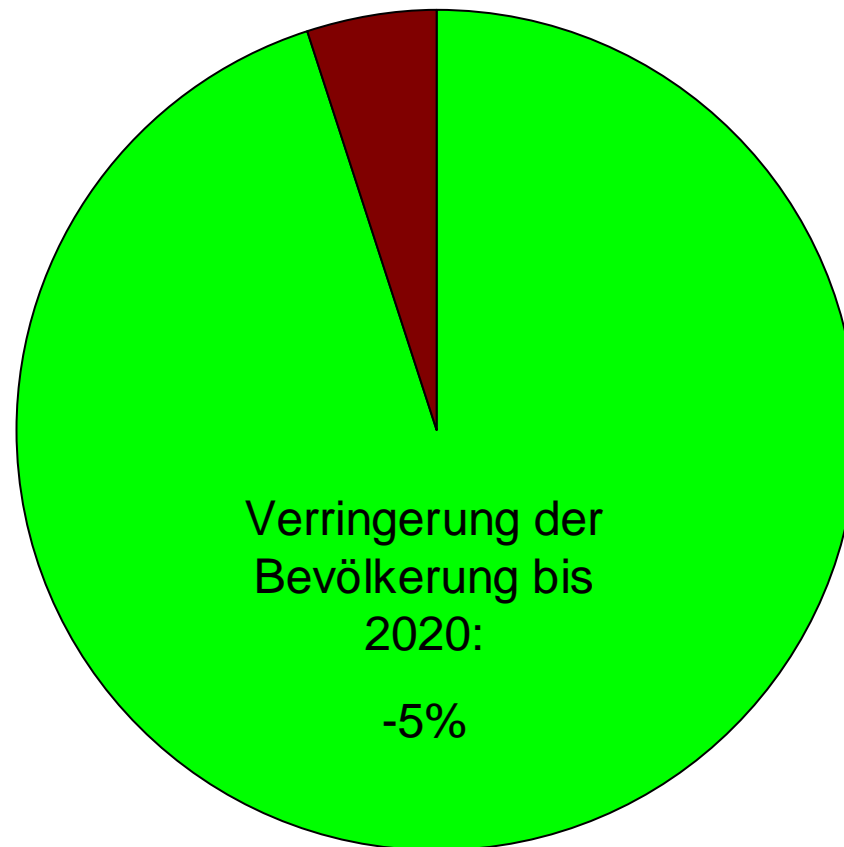
Die Hiobsbotschaften häufen sich



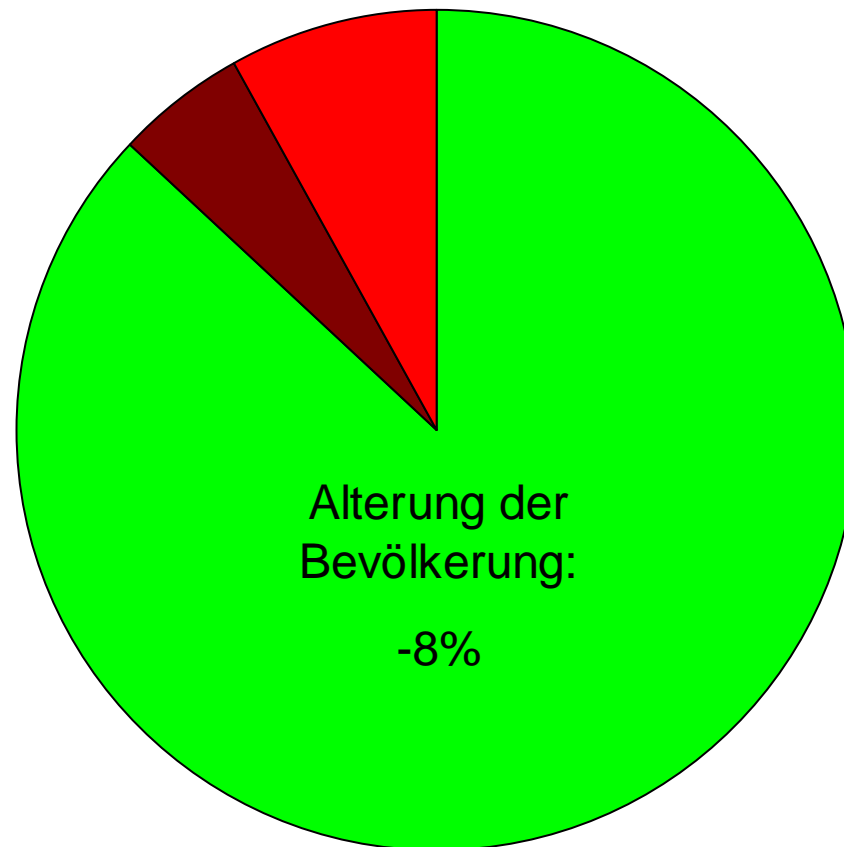
Entwicklung des Einzelhandelsvolumens



Entwicklung des Einzelhandelsvolumens

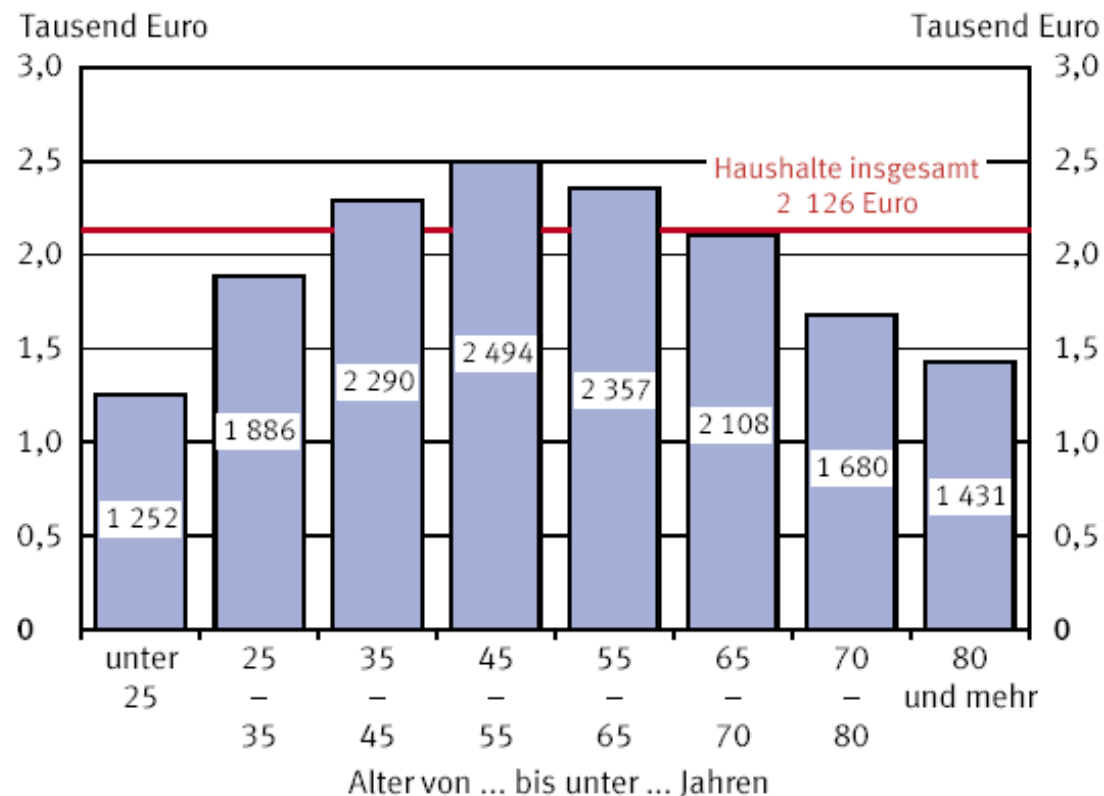


Entwicklung des Einzelhandelsvolumens



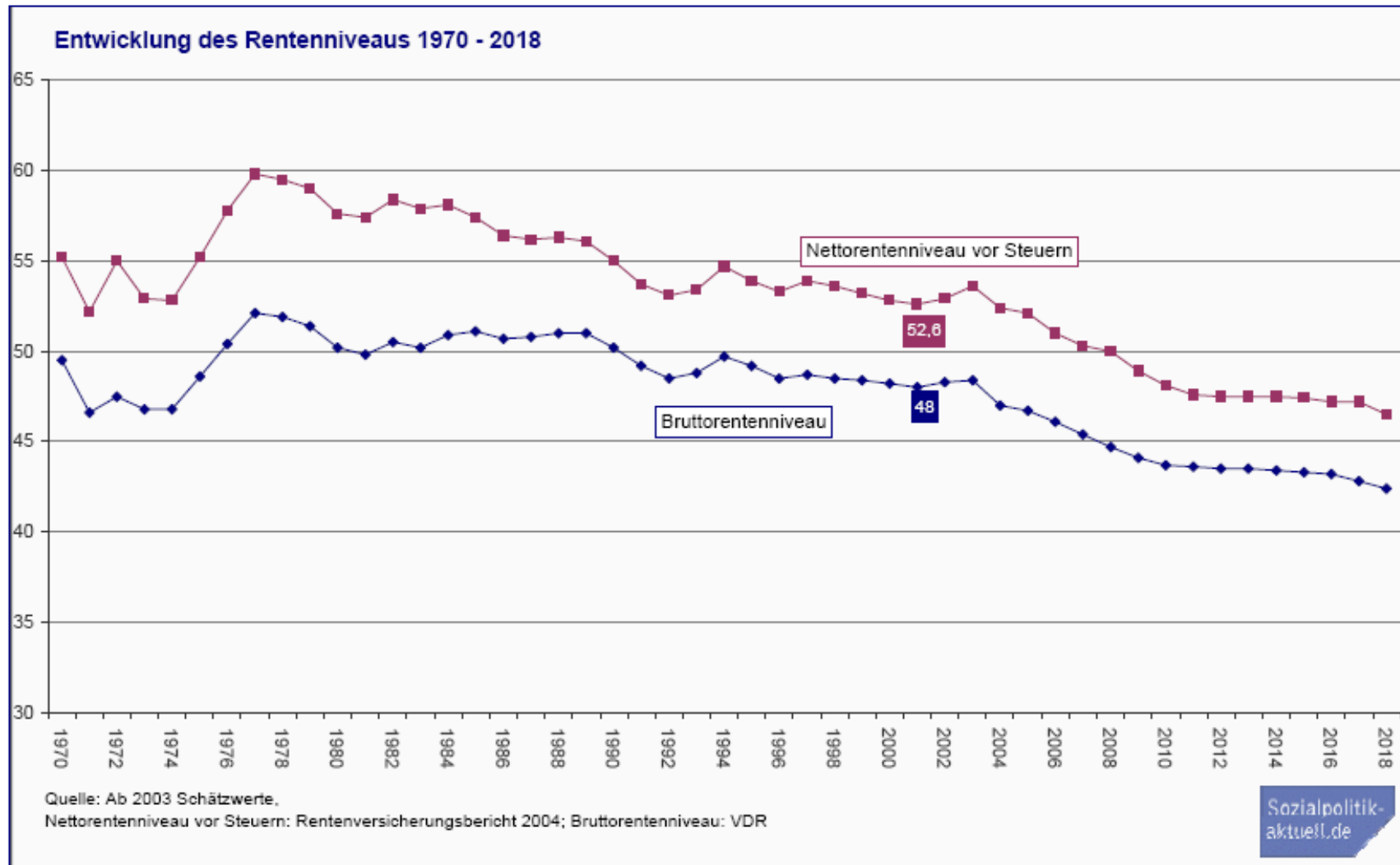
Kaufkraftrückgang durch den wachsenden Altenanteil

Konsumausgaben privater Haushalte im 1. Halbjahr 2003
nach dem Alter des/der Haupteinkommensbeziehers/-bezieherin
 Ergebnis der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe
 Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro

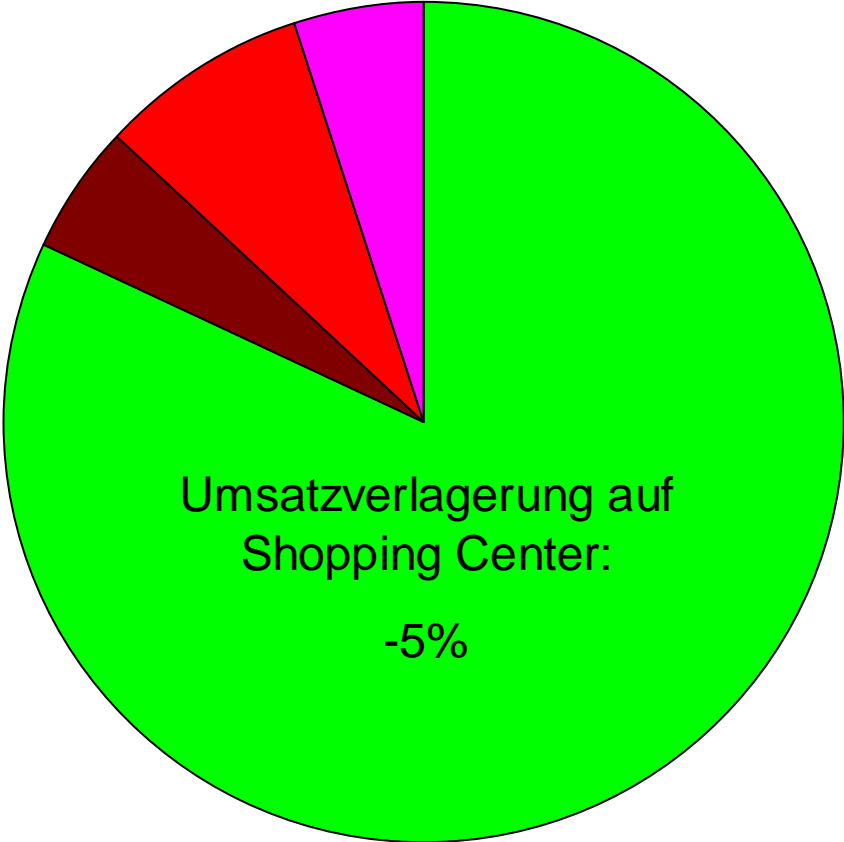


Statistisches Bundesamt 2004 - 15 - 1268

...wird durch die Rentenkürzungen noch verstärkt werden.



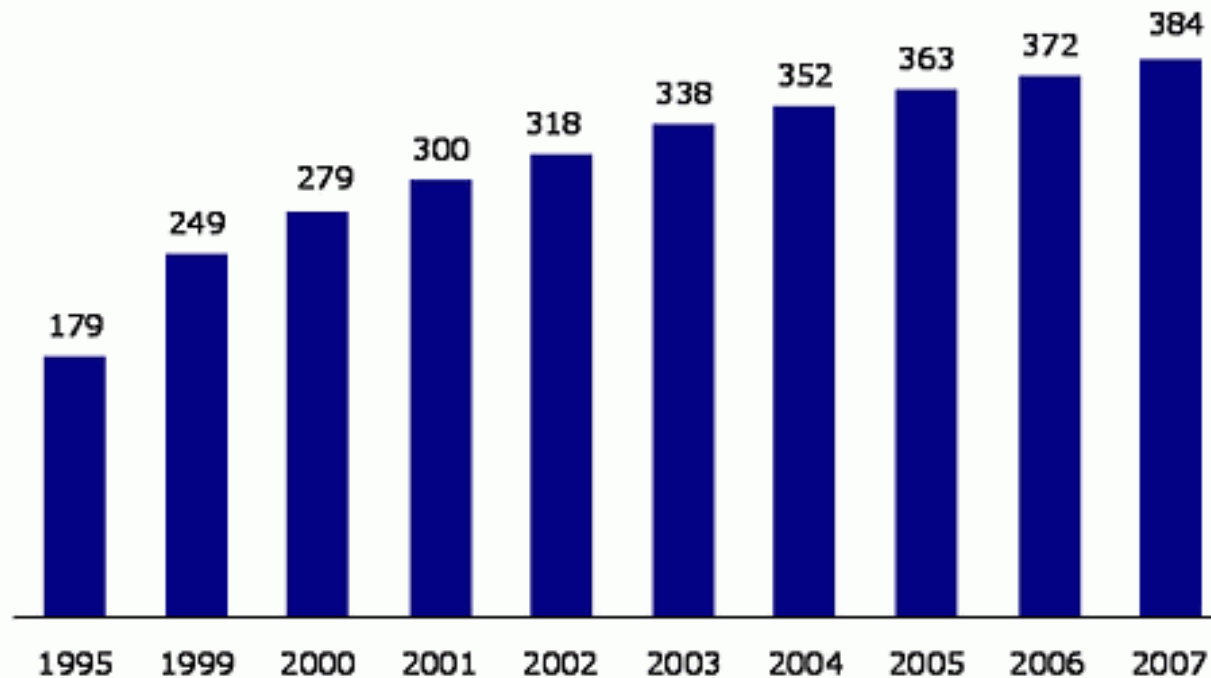
Entwicklung des Einzelhandelsvolumens



Der Kuchen wird anders aufgeteilt: Zu Lasten der Innenstädte

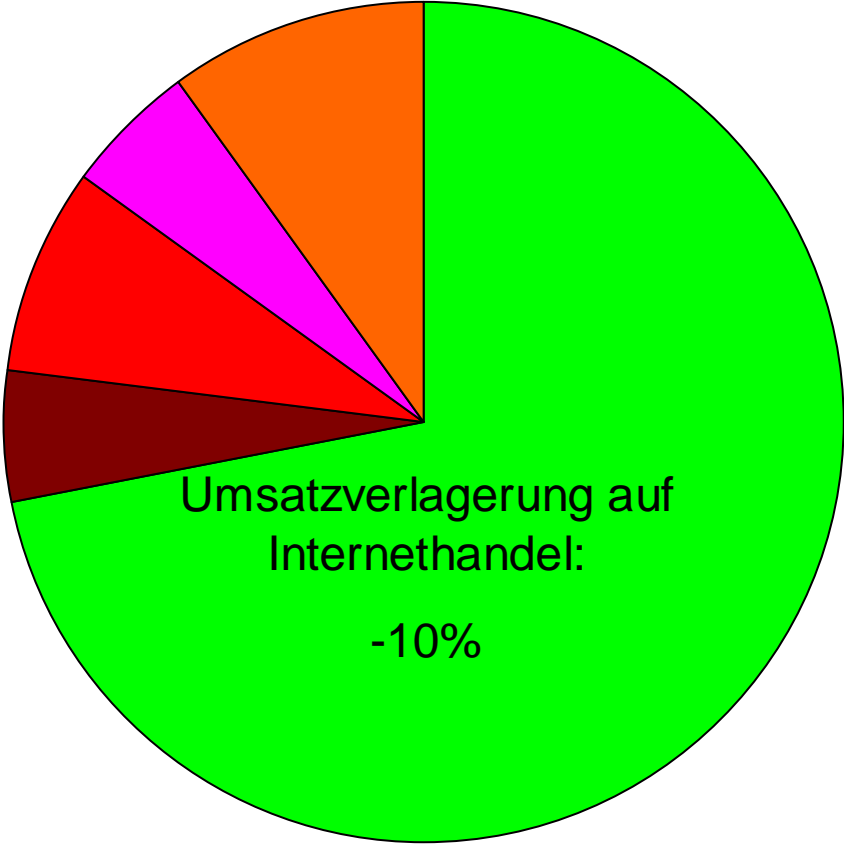
Anzahl der Shoppingcenter

Stand 01.01.07



Quelle: EHI Retail Institute

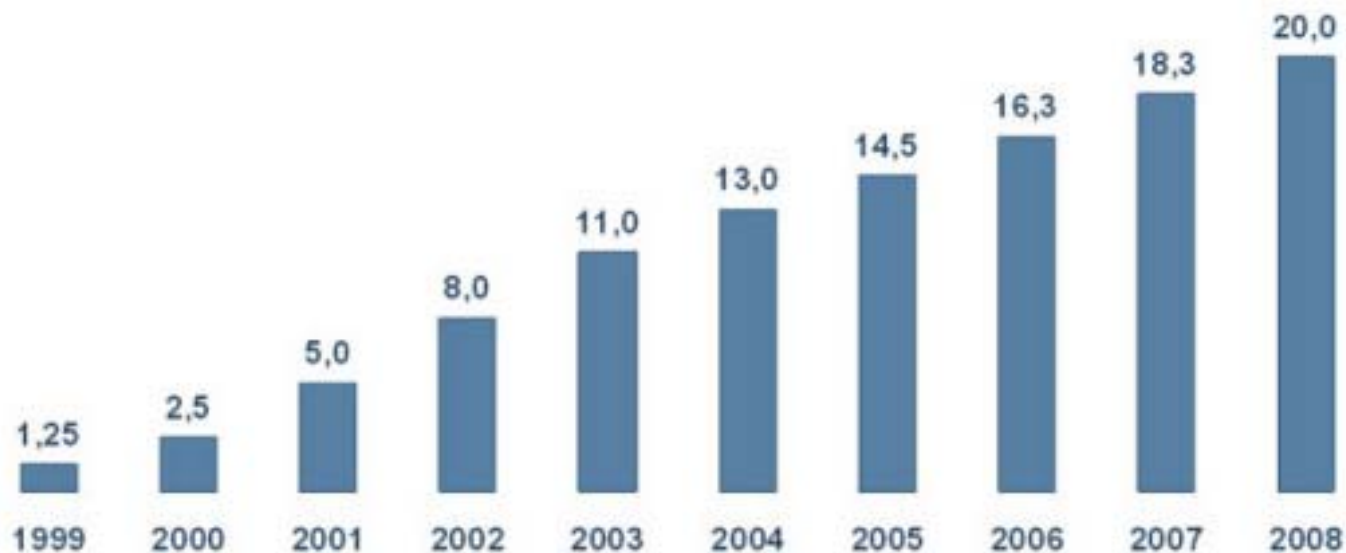
Entwicklung des Einzelhandelsvolumens



Entwicklung des Internethandels

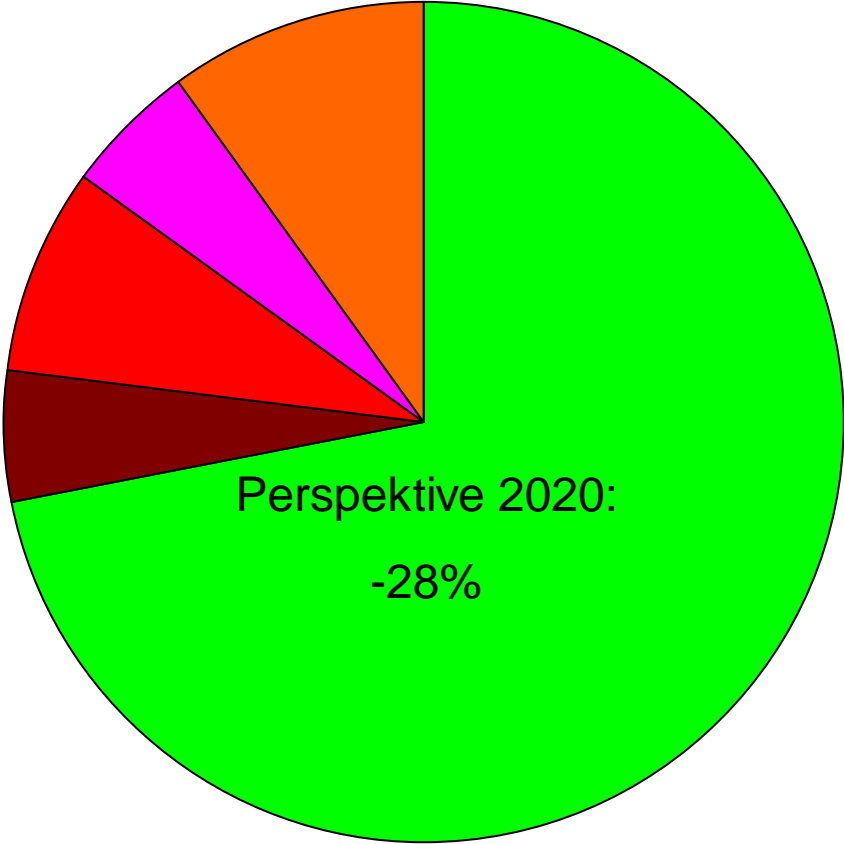


Umsatzprognosen im B2C-E-Commerce in Deutschland, (Angaben in Mrd. Euro)



Quelle: HDE-Info: E-Business, Ausgabe 5/2007

Entwicklung des Einzelhandelsvolumens



Standortkonzentration

Pluralisierung der Gesellschaft



Individualisierung der Präferenzen



Breitere Sortimente



Größere Ladenflächen



Größere Einzugsbereiche



Räumliche Konzentration der Standorte

Das Resultat: Leerstände in Stadtteil- und Mittelzentren



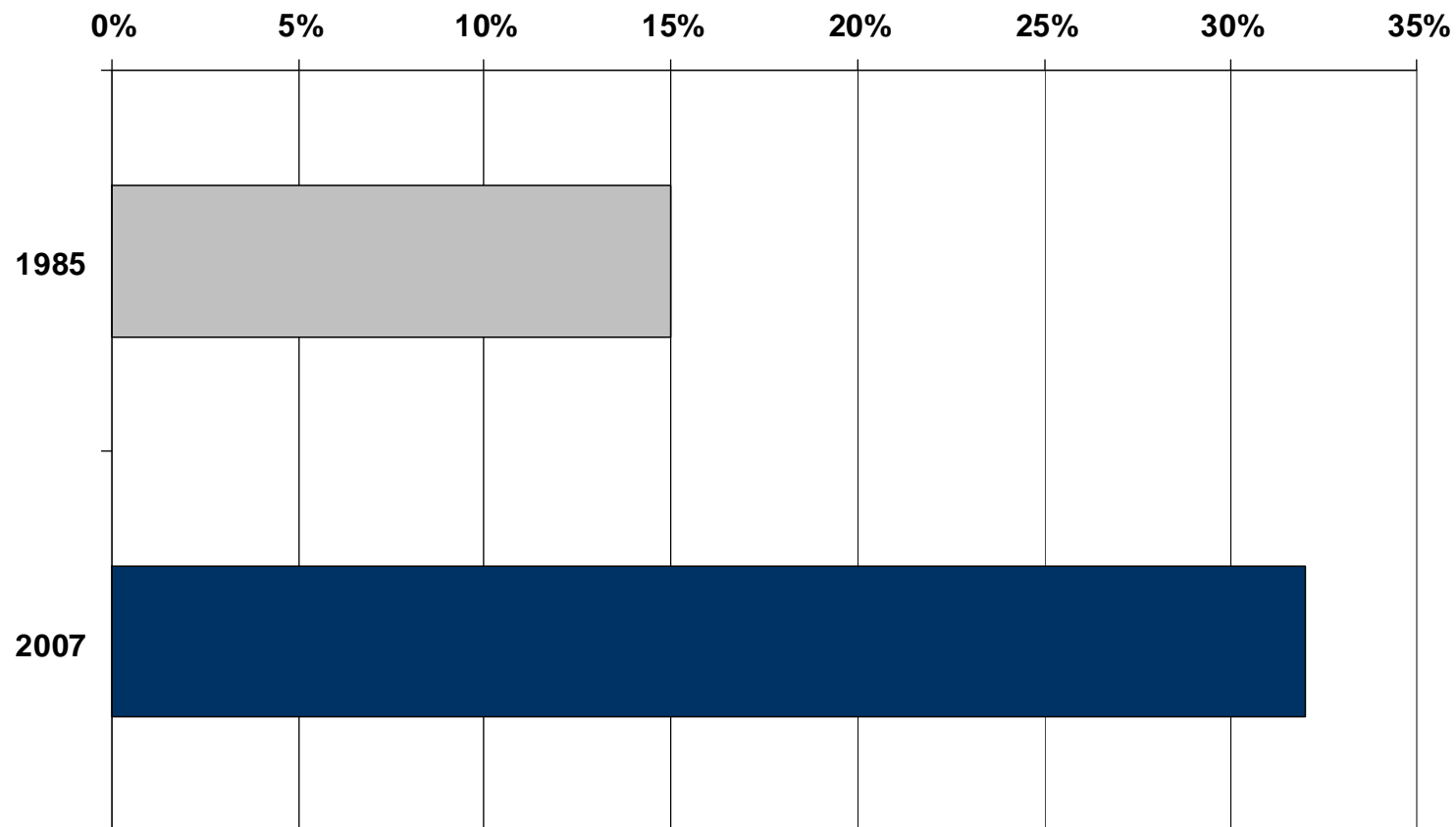
(Hauptstraße 300-408 in Herne-Wanne)

Das waren die Probleme.

Wo sind die Chancen?

Chance 1: Gastronomie & Freizeit

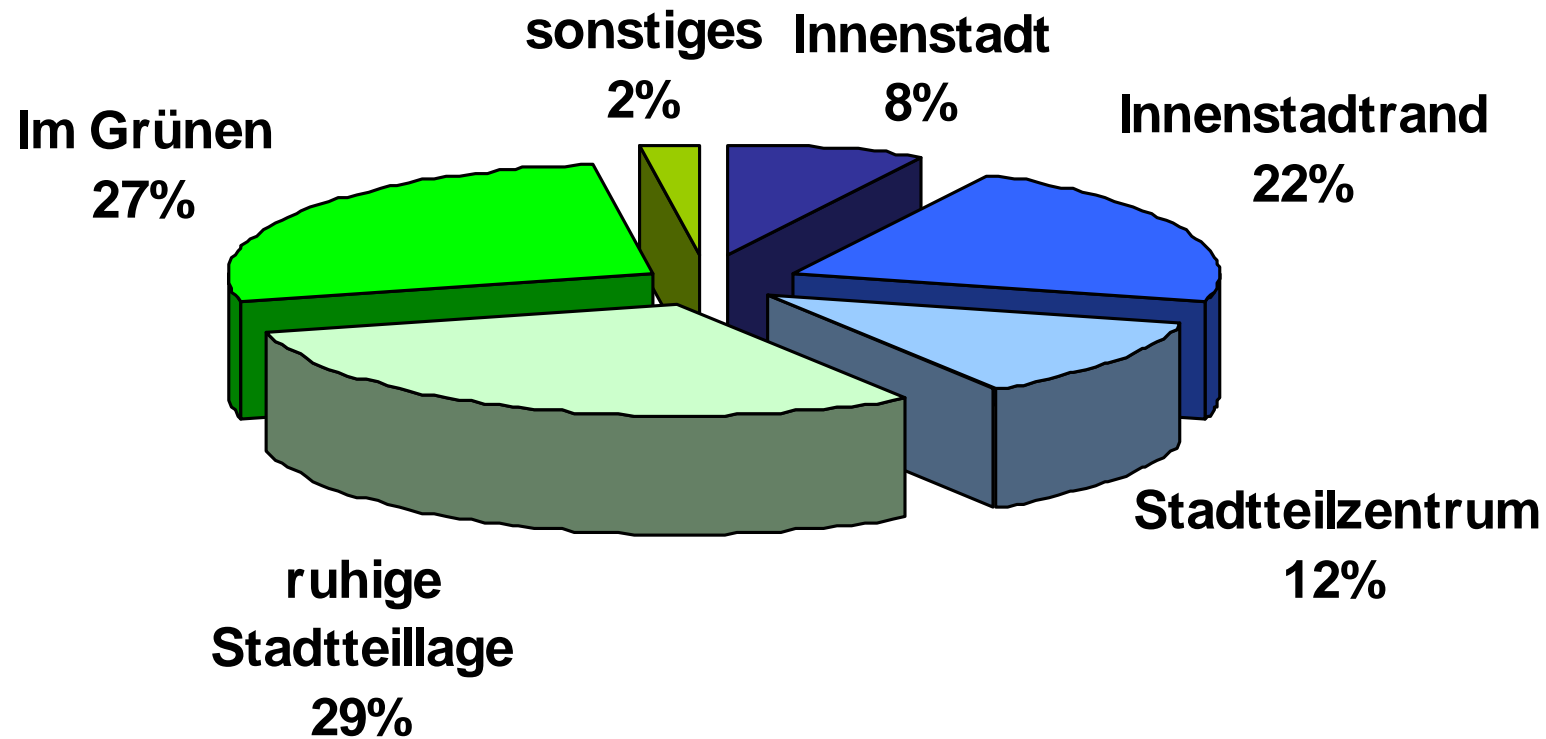
Anteil von Einwohnern, die oft oder sehr oft ihre Freizeit in Gaststätten u.ä. verbringen



Gastronomie und Freizeit substituieren Einzelhandel



Chance 2: Wohnen



Urbanes Wohnen liegt im Trend



Chance 3: Neue Megatrends, z.B. Gesundheit

Trendorientierter Nutzungsmix:

- Arzt- und Therapiepraxen.
- Reha-Zentrum.
- Bio-Läden.
- Day Spa.
- Fitness-Studio.
- Gesundheitsamt.
- ...



Chance 4: Potentialorientierte Profilbildung

Jugend, Babyboomer: „Urbanes Erlebniszentrum“:

- Flaniermeile,
- Kultur,
- Kino,
- Clubs,
- Szene-Gastronomie,
- Live-Musik,
- Kulinarisches,
- Erlebniseinkauf,
- Boutiquen...

Chance 4: Potentialorientierte Profilbildung

Ältere, bürgerliche Mitte:

„Dorfplatz“:

- (Außen-) Gastronomie,
- Café,
- Verweilplatz,
- Spielplatz,
- Markt,
- Waren des täglichen Bedarfs...

Chance 4: Potentialorientierte Profilbildung

Migranten:

„Orientalischer Basar“:

- Ethno-Food,
- Restaurants,
- Comedy,
- Folklore..



„Ethnic diversity is an asset.“

Die Lösung für die Innenstädte: Ein Cityfonds

- Fonds kauft leerstandsbetreffende Einzelhandelsimmobilien an.
 - Fonds optimiert die Immobilien (z.B. Zusammenlegung von Ladenlokalen zu marktfähigen Flächen).
 - Fonds vernichtet überschüssige Einzelhandelsfläche durch Abriss/Umnutzung.
 - Fonds entwickelt attraktivitätssteigernde Flächen (Grünflächen, Verweilplätze, Parkflächen...)
 - Fonds vermietet zu nicht kostendeckenden Mieten an Betreiber attraktivitätssteigernder Nutzungen (Café, Kabarett, Live-Music-Venue...).
- ➔ Ist nicht wirtschaftlich, rettet aber den Standort (kollektives Gut).

Kontakt

Prof. Dr. Volker Eichener

EBZ Business School

V.Eichener@e-b-z.de

Tel. 0234-9447-710

Springorumallee 20

44795 Bochum