



Strukturdaten Einzelhandel Erfurt



Romy Ziegler
Referat Handel
IHK Erfurt





Sachliche Analyse

Strukturkennzahlen zum Einzelhandel in Erfurt, wie z B.

- Verkaufsflächen
 - Kaufkraft gesamt
 - Kaufkraft Einzelhandel
 - Umsatz
 - Zentralität
-
- Schlussfolgerungen als Basis neutraler und sachlicher Handlungsempfehlungen für die strategische Entwicklung der Innenstadt

Datenquellen

MR-Research, Thüringer Landesamt für Statistik, Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen, Junker&Kruse, CBRE / JLL

Zahlen und Rückschlüsse wurde diskutiert und als Basis verabschiedet durch:

- IHK Erfurt
- City Management Erfurt e.V.
- Wir für Erfurt e.V.
- Einzelhandelsverband
- ECE

Die resultierenden Rückschlüsse wurden mit dem Geschäftsführer des Marktforschungsinstituts MB-Research, Herrn Michael Bauer, beraten.





Verkaufsflächen - qualitativ

- EH-Struktur ist inzwischen geprägt von konsumigen Massenmarktkonzepten, wie H&M, C&A, ZARA oder Hugendubel
- ca. 65% Filialisierungsgrad
- nur sehr vereinzelt und geringes Angebot im Premium- oder Luxussegment
- Nachfrageüberhang internationaler und nationaler Filialisten, nachgefragte Flächen sind oft nicht verfügbar
- gewerbliche Mieten in EF wuchsen seit Jahren moderat aber stetig (vergleichbar mit Rostock und Potsdam, deutlich höher als in anderen ostdeutscher Städte, Ausnahme Dresden und Leipzig),
aktuell Stagnation der Mietpreise bzw. Mietpreissenkungen

Verkaufsflächen – quantitativ

- Leerstand: ca. 28.000 qm / 8% (2014, aktuell ggf. höher!)
- in nachgefragten Lagen bislang kaum Leerstand, aktuell wieder einige Leerstandsflächen in 1A-Innenstadtlage
- größte Leerstandsflächen aktuell : TEC 7.000 qm, Globus-Baumarkt 7.500 qm, Roter Berg 1.000 qm, Rieth 1.000 qm
- Umsatz pro qm entspricht mit ca. 3.000 Euro in etwa Bundesschnitt (ca. 3.500 Euro, Segment abhängig)





Verkaufsflächen – quantitativ

- VKF (2014): 422.300 qm
- VKF (2014): 2,07 qm/EW
- VKF (2016): 2,01 qm/EW
- VKF (2016) inkl. Zuwachs Höffner: 2,06 qm/EW / 2025: 1,97 qm/EW
- VKF (2016) inkl. Zuwachs Höffner und weiterer geplanter Handelsflächen: 2,18 qm/EW / 2025: 2,10 qm/EW

- VKF vergleichbarer Städte: 1,7 - 2,4 qm/EW
- VKF Bundesschnitt: 1,5 qm/EW



Verkaufsflächen - Qualität der Erhebungsdaten

(Bewertung der Daten aus der aktuellsten Erhebung Junker&Kruse verglichen mit aktuell belegten Zahlen der BBE Handelsberatung GmbH)

Abweichungen bei Stichprobe zwischen 7 und 32%

Strasse	HsNr	HsNr_Zusatz	Name_1	VKFgesamt	VK IST	Abweichung
Pestalozzistraße	13		Rewe	1110	1468	32,3%
Stauffenbergallee	13		Penny	715	799	11,7%
Hieronymus-Schröter-Straße	2		Edeka	783	920	17,5%
Eugen-Richter-Straße	28		Lidl	865	925	6,9%
Eislebener Straße	4		Lidl	765	820	7,2%
Eislebener Straße	1		Rewe	827	934	12,9%
Eislebener Straße	1		Rewe Getränkemarkt	539	627	16,3%
Ammertalweg	1		Rewe	1265	1569	24,0%
Nordhäuser Straße	73	t	H&M	1366	1569	14,9%
Nordhäuser Straße	73	t	Deichmann	469	433	-7,7%
Nordhäuser Straße	73	t	Vero Moda / Jack and Jones	302	367	21,5%
Nordhäuser Straße	73	t	Media Markt	2684	2446	-8,9%
Nordhäuser Straße	73	t	Gerry Weber	234	257	9,8%

Verkaufsflächen - Qualität der Erhebungsdaten

Werden die Zentrale Versorgungsbereiche in der Neukonzeption neu definiert?

Entsprechen die derzeitig ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereiche noch den aktuellen Funktionen der Quartiere?





Kaufkraftdaten auf Basis der Bevölkerungsentwicklung

	2010	2015	2016	Veränderung 2015 zu 2016		Veränderung 2010 zu 2016	
Bevölkerung:	199.453	206.951	210.357	1,60%	plus	5,50%	plus

- Stadt mit Zuwachs, Prognose positiv
- Prognose 2025: 219.238 (TLS)
- jährliches Wachstum zwischen 0,7-1,60%

Kaufkraftdaten – Entwicklung von 2010 auf 2016



	2010	2015	2016	Veränderung 2015 zu 2016		Veränderung 2010 zu 2016	
Bevölkerung:	199.453	206.951	210.357	1,60%	plus	5,50%	plus
Kaufkraft /EW:	17.610	19.918	20.118	1,00%	plus	14,20%	plus
Kaufkraftindex:	90,6	91,1	91,2	0,20%	plus	0,50%	plus
Kaufkraft EH in Mio:	1114,2	1262,0	1280,4	1,50%		14,90%	plus
Kaufkraft EH/EW:	5.587	6.098	6.087	0,20%	minus	9,10%	plus
Kaufkraftindex EH:	94,2	94,4	93,9	0,50%	minus	0,20%	plus

- seit Jahren stetig wachsende Kaufkraft gesamt
- Kaufkraft im Einzelhandel pro Einwohner mit negativer Entwicklung seit 2015
- KK EH/EW 2015: Erfurt: 6.098, Leipzig: 5.892 €, Weimar: 6.011 €, Jena: 6.003 €
- Kaufkraft im Bundesschnitt unterdurchschnittlich

Kaufkraftdaten – Entwicklung von 2010 auf 2016

	2010	2015	2016	Veränderung 2015 zu 2016		Veränderung 2010 zu 2016	
Kaufkraft EH in Mio:	1114,2	1262,0	1280,4	1,50%		14,90%	plus
Kaufkraft EH/EW:	5.587	6.098	6.087	0,20%	minus	9,10%	plus
Kaufkraftindex EH:	94,2	94,4	93,9	0,50%	minus	0,20%	plus
Umsatz EH in Mio (POS):	1279,3	1336,5	1350,0	1,00%	plus	5,60%	plus
Umsatz EH/EW (POS):	6.414	6.458	6.418	0,60%	minus	0,10%	plus
Umsatz EH Index:	117,7	112,1	111,0	1,00%	minus	4,80%	minus

- marginaler Umsatzanstieg in Zeitreihe 2010-2016
- Umsatz pro Einwohner mit negativer Entwicklung seit 2015
- negative Entwicklung des Index: zeigt, dass die Verluste am POS nicht nur im zunehmenden Online-Handel liegen: Online-Handel ist in jeder Stadt präsent und der Index spiegelt den Bundesschnitt

Kaufkraftdaten – Entwicklung von 2010 auf 2016



Existenzgründung und Unternehmensförderung

	2010	2015	2016	Veränderung 2015 zu 2016		Veränderung 2010 zu 2016	
Kaufkraft EH in Mio:	1114,2	1262,0	1280,4	1,50%		14,90%	plus
Kaufkraft EH/EW:	5.587	6.098	6.087	0,20%	minus	9,10%	plus
Kaufkraftindex EH:	94,2	94,4	93,9	0,50%	minus	0,20%	plus
Umsatz EH in Mio (POS):	1279,3	1336,5	1350,0	1,00%	plus	5,60%	plus
Umsatz EH/EW (POS):	6.414	6.458	6.418	0,60%	minus	0,10%	plus
Umsatz EH Index:	117,7	112,1	111,0	1,00%	minus	4,80%	minus
Umsatz/Kaufkraft-Relation in Mio:	165,0	75,0	70,0	5 Mio	minus	95 Mio	minus
Zentralität:	125,0	118,7	118,3	0,30%	minus	5%	minus

- deutliche Umsatzverluste vor Ort
- sinkende Zentralität



Kaufkraftdaten von Vergleichsstädten 2015

Gemeinde	Bevölkerung	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2015			Einzelhandelsumsatz 2010-2015		Entwicklung Umsatz in %	Zentralitäts-	Zentralitäts-	Entwicklung Zentralität in %
	Prognose 2015	Euro pro Kopf	Kaufkraft- Index D = 100	Umsatz kennziffer 2010	Umsatz- kennziffer 2015	kennziffer		kennziffer		
	Jahresdurchschnitt					2010		2015		
(Gebietsstand 1.1.2015)	Anzahl						D = 101	D = 100		
Kiel, Landeshauptstadt	244.118	6.244	96,7	135,00	130,3	-3,4	138,5	134,8	-2,7	
Kassel, documenta-Stadt	195.462	6.225	96,4	141,60	138,6	-2,12	144,1	143,8	-0,2	
Freiburg im Breisgau, Stadt	223.647	6.362	98,5	151,70	144,3	-4,88	150,2	146,5	-2,5	
Halle (Saale), Stadt	232.351	5.757	89,1	95,00	90,3	-5	104,8	101,3	-3,3	
Chemnitz				121	120,1	-0,74	131,1	130,9	-0,2	
Erfurt	206.951	6.098	94,4	118	112,1	-4,8	125,0	118,7	-5	

© Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2015

- Entwicklungen der POS-Umsätze und der Zentralität gestaltet sich negativer als in anderen vergleichbaren Städten



Trends und Entwicklungen

Entwicklung E-Commerce / Zunahme Online-Handel

- Um zukünftige Nachfragen von Flächen zu bedienen sind ggf. andere Anforderungen an Flächen zu berücksichtigen (andere Flächenkonzepte)
- E-Commerce wird weiter wachsen und verändert Handelslandschaften
- Umsätze im Online-Handel werden zu Lasten stationärer Umsätze und damit auch Flächen gehen
- Verbraucher verringern die Einkäufe in der Stadt
- Verbraucher möchten jedoch auch zukünftig vor Ort einkaufen, verlangen jedoch ein anderes/besonderes Einkaufserlebnis



Fragen und Schlussfolgerungen zur Analyse

- Kaufkraft in EF steigt, aber Kaufkraftbindung sinkt
- Entwicklungen der POS-Umsätze und der Zentralität gestaltet sich teilweise negativer als in anderen vergleichbaren Städten
- neben Kaufkraftverlusten in den Online-Handel liegen Kaufkraftverluste in andere Regionen sehr nah
- Umsätze und Zentralität in Erfurt müsste auch durch zunehmende Zahl an Touristen gestärkt werden: 4% Steigerung in letzten 4 Jahren, Tendenz steigend



Fragen und Schlussfolgerungen zur Analyse

- höhere Kaufkraft vor Ort und Verluste der Zentralität theoretisch durch Zuzug aus Umland möglich
 - müsste sich dann jedoch auch im Umsatz spiegeln
 - Zuzug nach Erfurt zu 56% von außerhalb Thüringen
 - bisheriger Kaufkraftzugewinn aus umliegenden Orten werden ggf. teilweise durch neue Flächen in den Regionen selbst gebunden

- Ist Kaufkraftabfluss an mangelnder Quantität oder mangelnder Qualität begründet?

Fragen und Schlussfolgerungen zur Analyse

Kaufkraftverluste werden vor allem **in der Qualität des Angebots** vermutet.

→ höhere Kaufkraftbindung kann vor allem durch ein qualitativ besseres Angebot, bessere Services, Berücksichtigung neuer Kundenbedürfnisse und die Verbesserung der Attraktivität der Innenstadt erreicht werden





Fragen und Schlussfolgerungen zur Analyse

Zur qualitativen Entwicklung des EH-Angebotes werden **Neuansiedlungen von gehobenen Mittelklassesegmenten und Handelsmagneten empfohlen.**

→ interessierte Investoren/höherwertigere Marken mit Magnetwirkung sind ausschließlich an Innenstadtf lächen interessiert

→ Flächen zur Befriedigung des höheren qualitativen Bedarfs müssen somit an die 1A-Lagen Erfurts entwickelt werden

→ Innenstadt verfügt noch über vorhandene Entwicklungsflächen, die jedoch oft nicht zu den Flächenkonzepten der Investoren passen



Fragen und Schlussfolgerungen zur Analyse

Von einem **Handel auf der „grünen Wiese“** ist in Erfurt kaum zu sprechen.

→ Handelsformen wie Stadtteil-Zentren und Fachmarktzentren und kleinere Handelsformen von rein beziehungsweise vorwiegend lokaler Bedeutung in den Siedlungen

Steter Kaufkraftzuwachs birgt quantitative Potenziale in VKF

→ Entwicklungen des Marktes (E-Commerce) sowie noch vorhandene innerstädtische Flächen muss berücksichtigt werden

Fragen und Schlussfolgerungen zur Analyse

In den Trends und Entwicklungen liegen die größten Herausforderungen für Städte.

→ völlig neue Ansprüche und Bedürfnisse von Verbrauchern

Wichtigste Fragen:

Wird die Innenstadt diesen Anforderungen gerecht?

Welche Faktoren machen es „unbequem“ in der Innenstadt einzukaufen?

→ Sortiment

→ Mobilität / Erreichbarkeit / Parken

→ Erlebnis / Aufenthaltsqualität / Lebensqualität

→ Digitalisierung



Fazit

Die wichtigste Aufgabe in der strategischen innerstädtischen Entwicklung liegen darin, die Attraktivität der Innenstadt/Stadt so dynamisch weiter zu entwickeln, dass sie den neuen herausfordernden Anforderungen von Bewohnern, Verbrauchern und Arbeitnehmern und Investoren gerecht wird und im Wettbewerb zu anderen Städten punktet.

