

## Große Kreisstadt Germering

### Einzelhandelsanalyse

### im Rahmen des Stadtentwicklungskonzepts Germering



## Vorstellung Bürgerwerkstatt 20.05.2009

HEIDER

Dr. Heider  
Standort- und



Wirtschaftsberatung

Dr. Heider Standort- und Wirtschaftsberatung GmbH Bismarckstraße 5 86159 Augsburg

Kundenherkunftserfassung durch die Gewerbetreibenden  
Über 5.000 Kunden in 11 Betrieben

Strukturerefassungen des Einzelhandels

Erfassung der Geschäftsbereiche/Qualitätscheck

Einzelhandelsbefragung

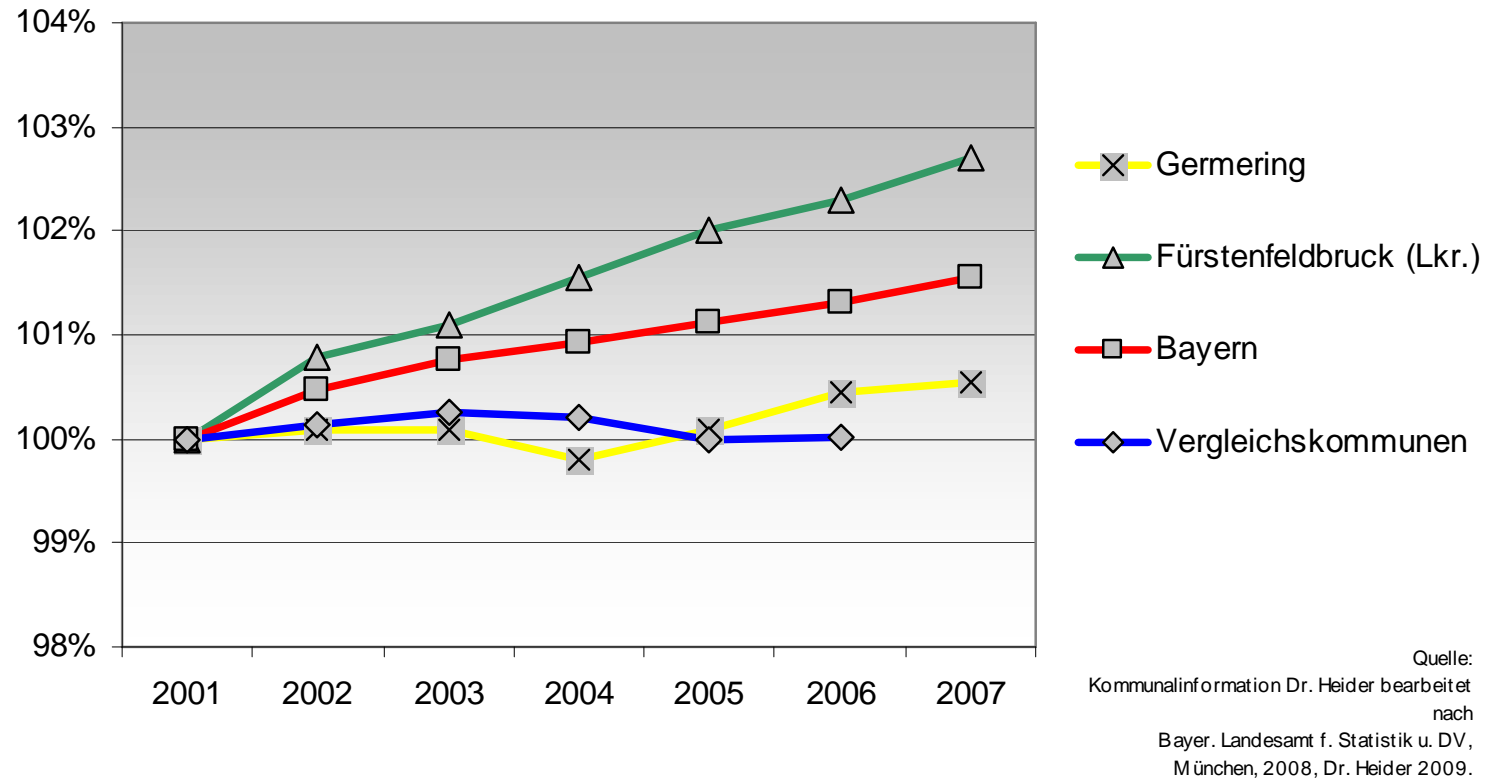
ausgewählte Einzelhändler: 118

Beteiligung: 57 Einzelhändler

Beteiligungsquote: ca. 48 Prozent

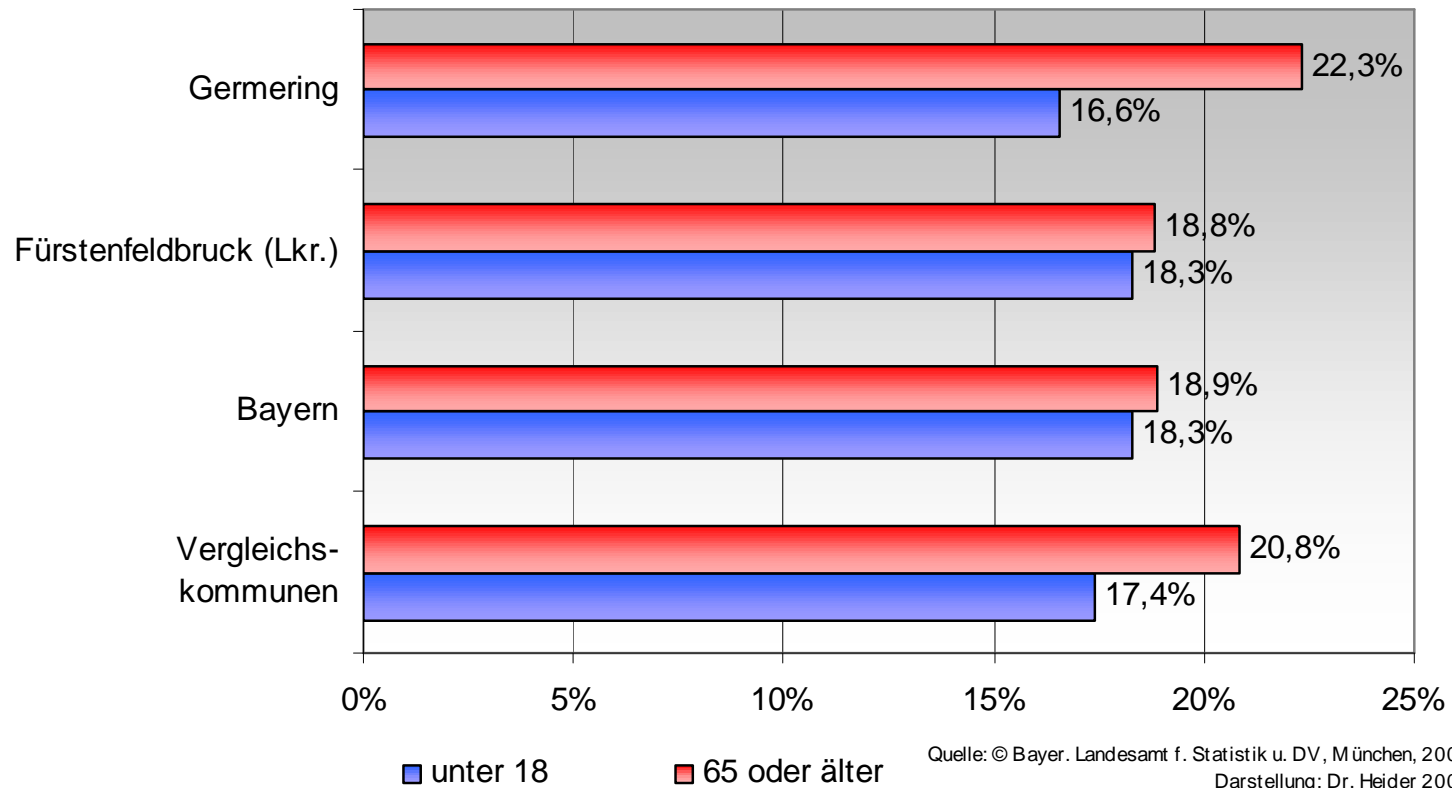
# Einzelhandelsanalyse Germering

Entwicklung der Einwohner 2001-2007 (2001=100%)



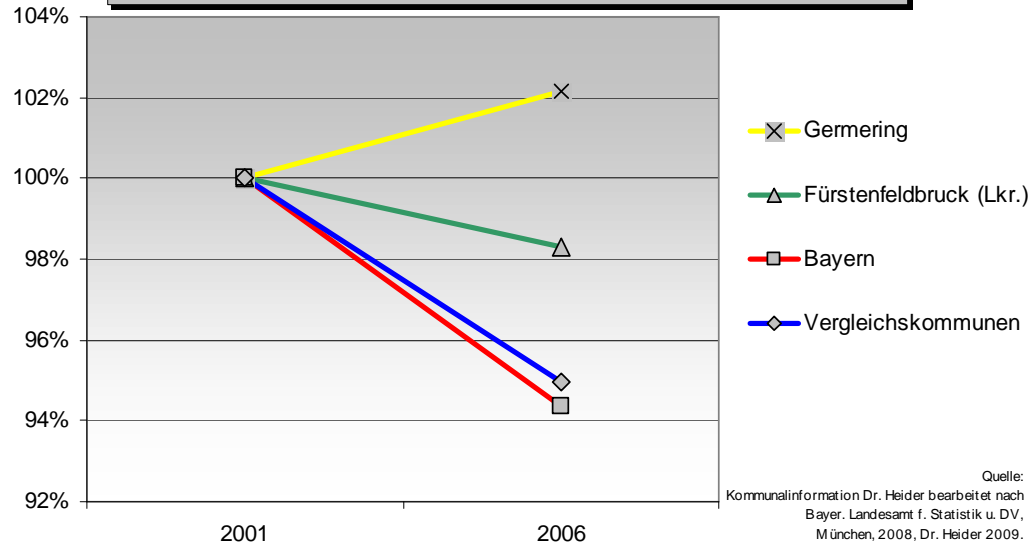
# Einzelhandelsanalyse Germering

## Bevölkerungsstruktur - ausgewählte Altersgruppen 2006



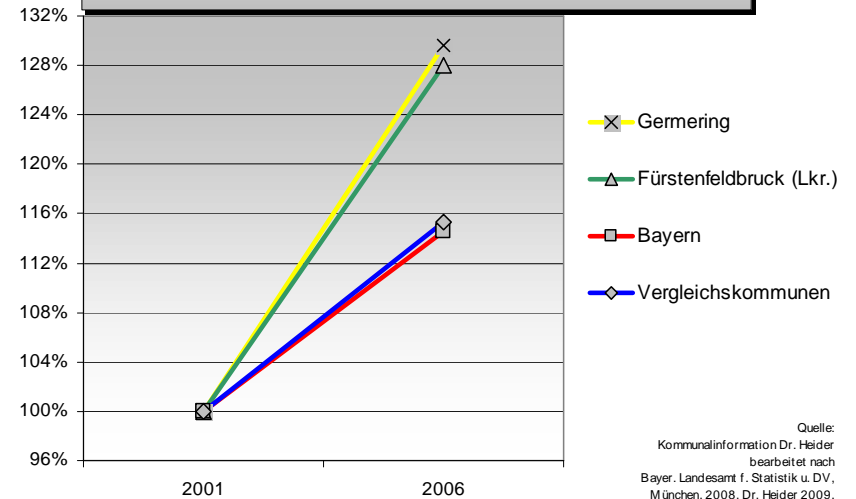
# Einzelhandelsanalyse Germering

Entwicklung des Bevölkerungsanteiles unter 18 Jahre 2001-2006 (2001=100%)



Quelle:  
Kommunalinformation Dr. Heider bearbeitet nach  
Bayer. Landesamt f. Statistik u. DV,  
München, 2008, Dr. Heider 2009.

Entwicklung des Bevölkerungsanteiles über 65 Jahre 2001-2006 (2001=100%)

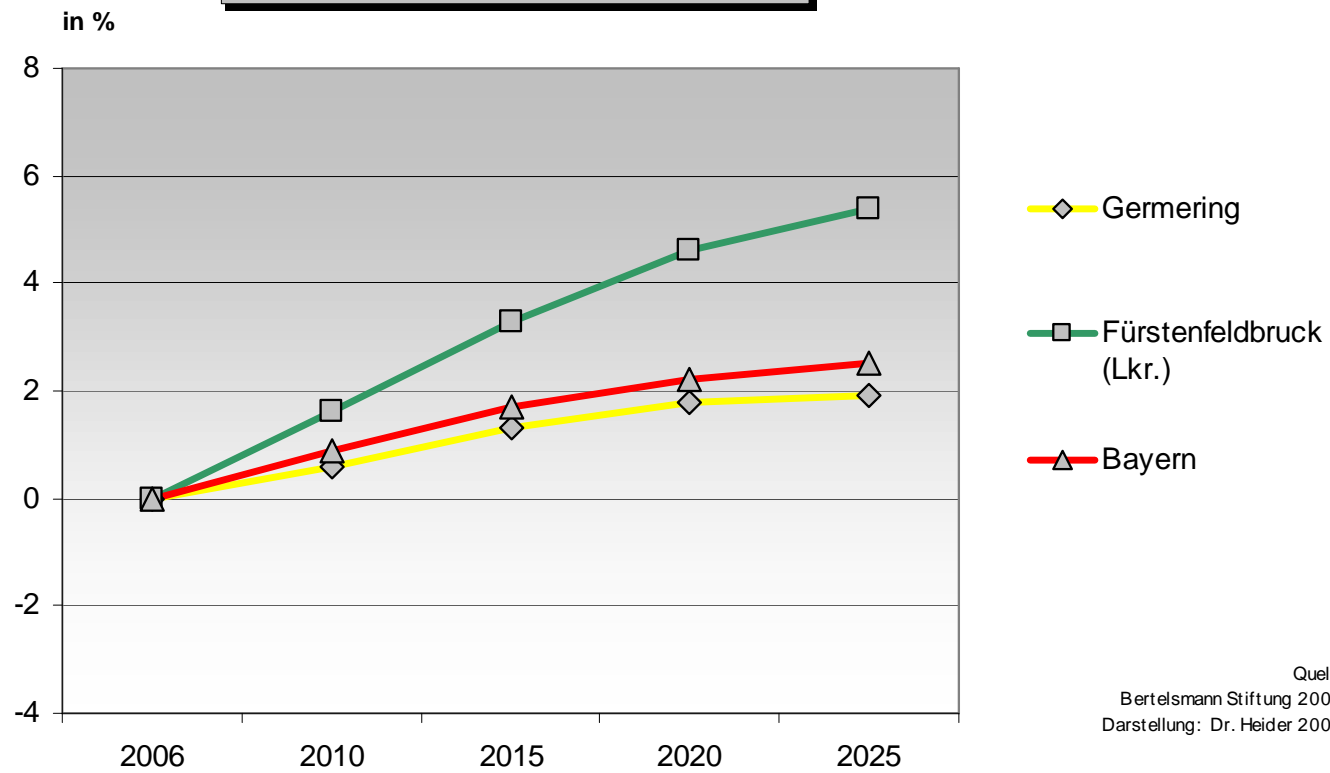


Quelle:  
Kommunalinformation Dr. Heider  
bearbeitet nach  
Bayer. Landesamt f. Statistik u. DV,  
München, 2008, Dr. Heider 2009.



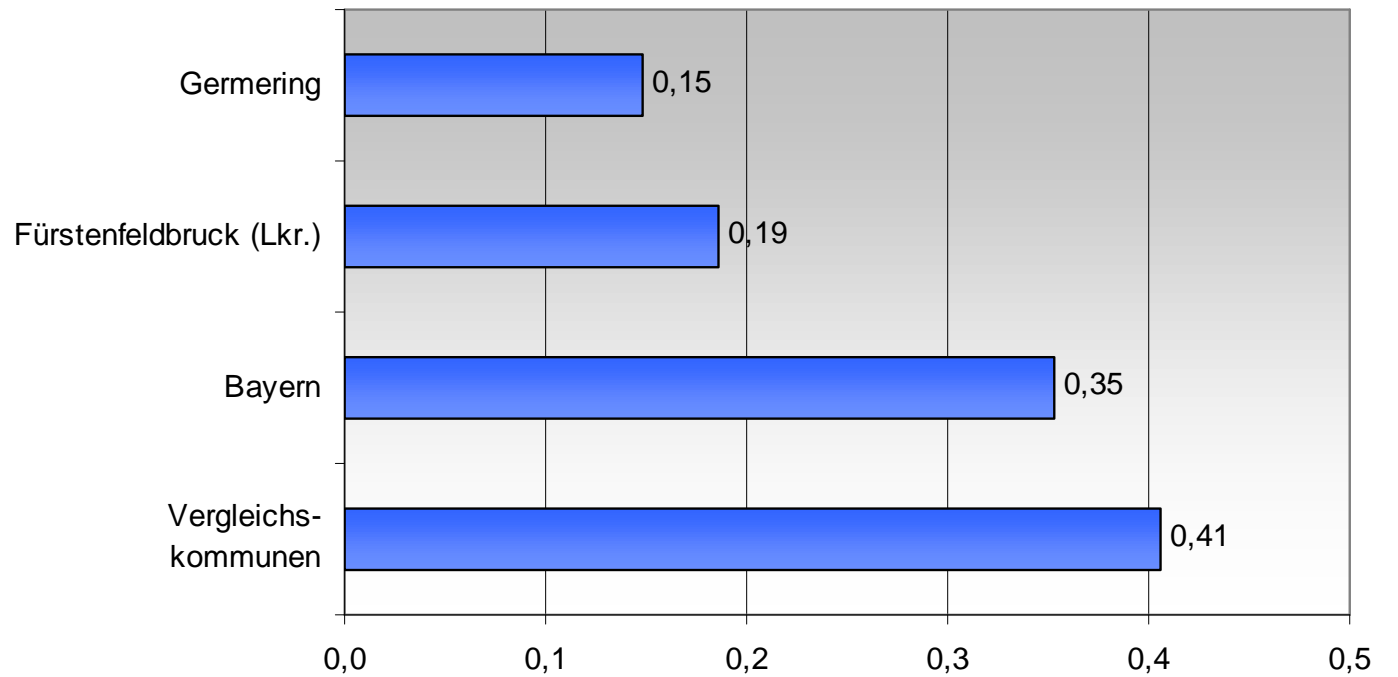
# Einzelhandelsanalyse Germering

Bevölkerungsprognose bis 2025



# Einzelhandelsanalyse Germering

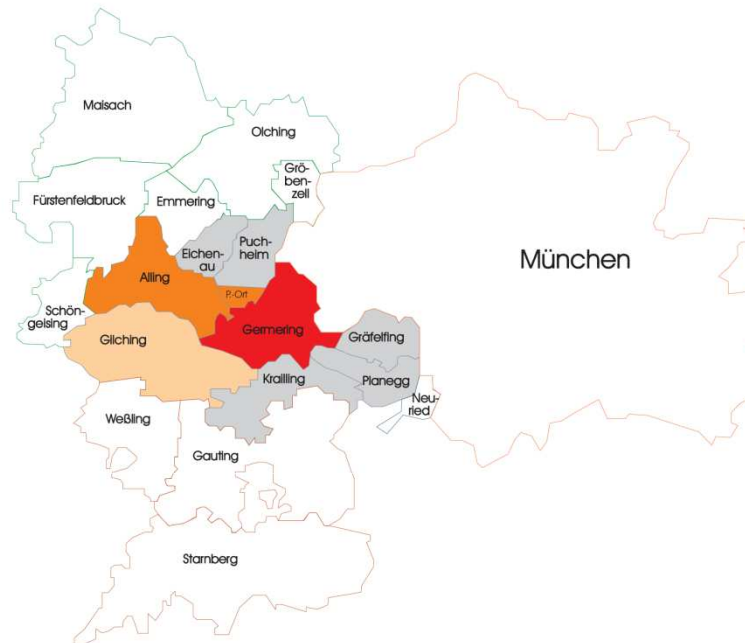
## Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (am Arbeitsort) /Einwohner 2007



Quelle: Kommunalinformation Dr. Heider bearbeitet nach Bayer. Landesamt f. Statistik u. DV, München, 2008, Dr. Heider 2009.

# Einzelhandelsanalyse Germering

Das Marktgebiet und die Kaufkraftbindung aus dem Marktgebiet von Germering



Kaufkraftbindung aus den Marktgebietsgemeinden  
(Anteil der vorhandenen Kaufkraft in den Gemeinden, der im Einzelhandel von Germering als Umsatz erzielt wird)

- über 75%
- 51% bis 75%
- 26% bis 50%
- 10% bis 25%

Gemeinde außerhalb des Marktgebietes  
Kaufkraftbindung in Germering 5% bis 10%



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen  
Stand: 04.2009  
Entwurf u. Kartographie: Dr. Heider 2009

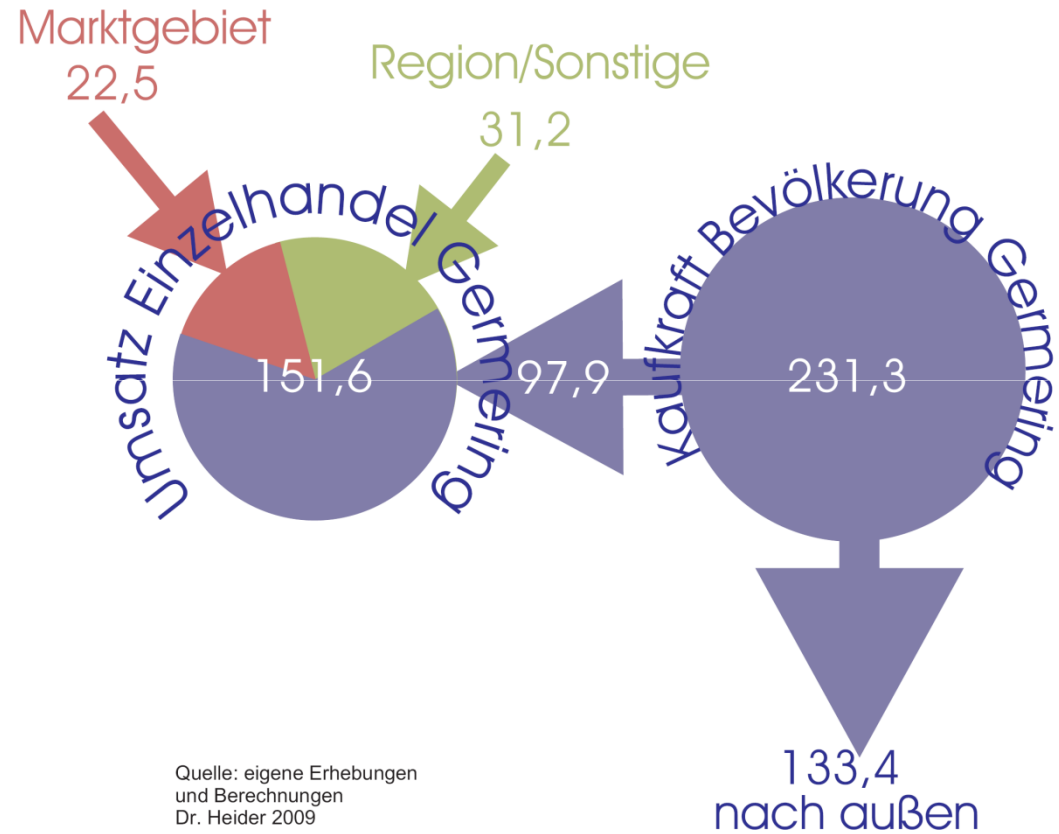


## Marktsituation



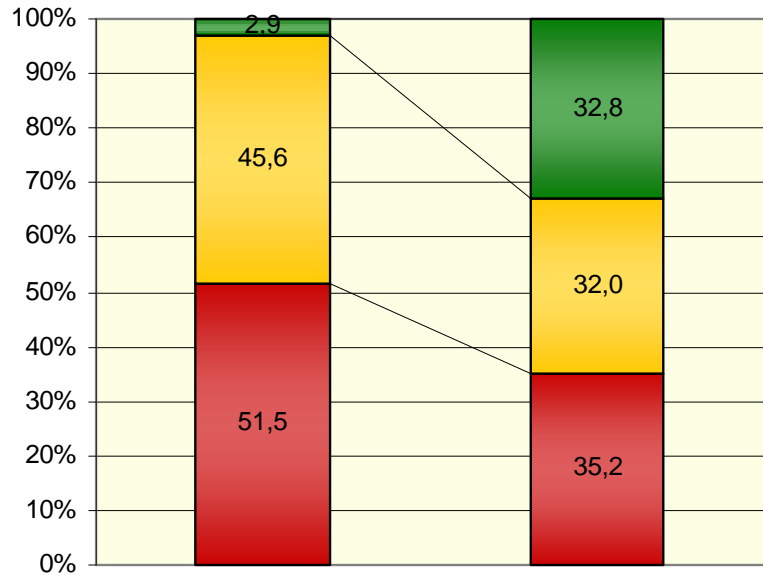
# Einzelhandelsanalyse Germering

Kaufkraftorientierung und Zusammensetzung der Umsätze  
in Germering 2009 (in Mio. €)



# Einzelhandelsanalyse Germering

## Die räumliche Verteilung des Einzelhandels Germering



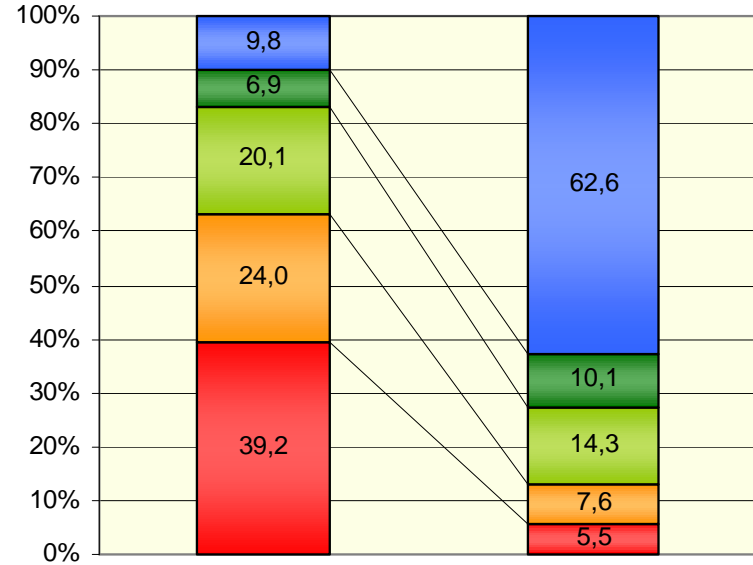
100 % = 204 Betriebe

100 % = 47988 qm

- Randlage
- sonstiges Stadtgebiet
- Innenstadt

Quelle: Einzelhandelserhebung  
Stand 04.2009  
Dr. Heider 2009

## Die Größenstruktur des Einzelhandels Germering



100 % = 204 Betriebe

100 % = 47988 qm

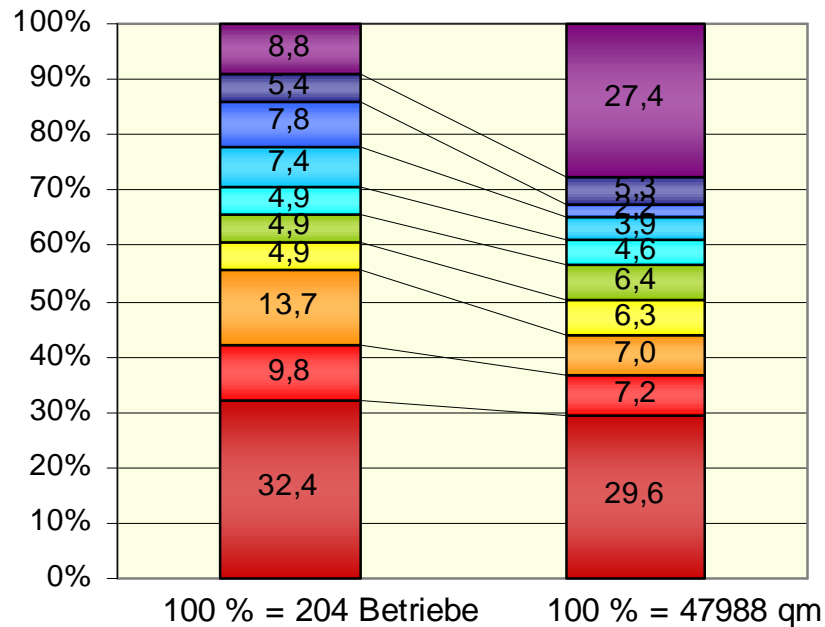
- größer 500 qm
- 251-500 qm
- 101-250 qm
- 51-100 qm
- 0-50 qm

Quelle: Einzelhandelserhebung  
Stand 04.2009  
Dr. Heider 2009



# Einzelhandelsanalyse Germering

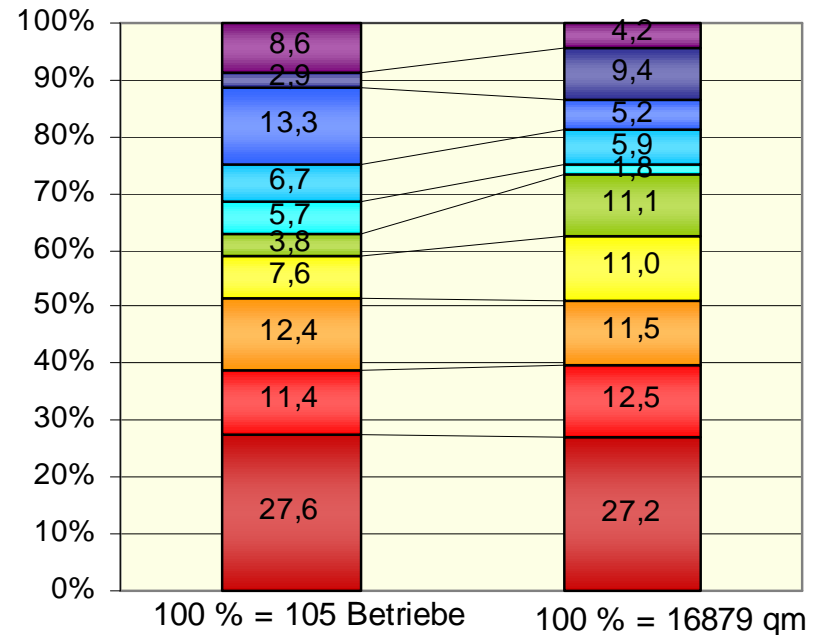
## Die Branchenstruktur des Einzelhandels Germering



- Heimwerken/Garten/Bodenbeläge/Blumen
- Sport-/Freizeit-/Spielwaren
- Foto/Optik/Schmuck
- Bücher/Schreibwaren/Büroartikel
- Elektro/Unterhaltungselek./Computer
- Möbel/Betten/Einrichtungsgegenstände
- Glas/Porzellan/Keramik/Heimtextilien
- Bekleidung/Schuhe/Lederwaren
- Gesundheits-/Körperpflegemittel
- Lebensmittel

Quelle: Einzelhandelserhebung  
Stand 04.2009  
Dr. Heider 2009

## Die Branchenstruktur des Einzelhandels Germering - Innenstadt



- Heimwerken/Garten/Bodenbeläge/Blumen
- Sport-/Freizeit-/Spielwaren
- Foto/Optik/Schmuck
- Bücher/Schreibwaren/Büroartikel
- Elektro/Unterhaltungselek./Computer
- Möbel/Betten/Einrichtungsgegenstände
- Glas/Porzellan/Keramik/Heimtextilien
- Bekleidung/Schuhe/Lederwaren
- Gesundheits-/Körperpflegemittel
- Lebensmittel

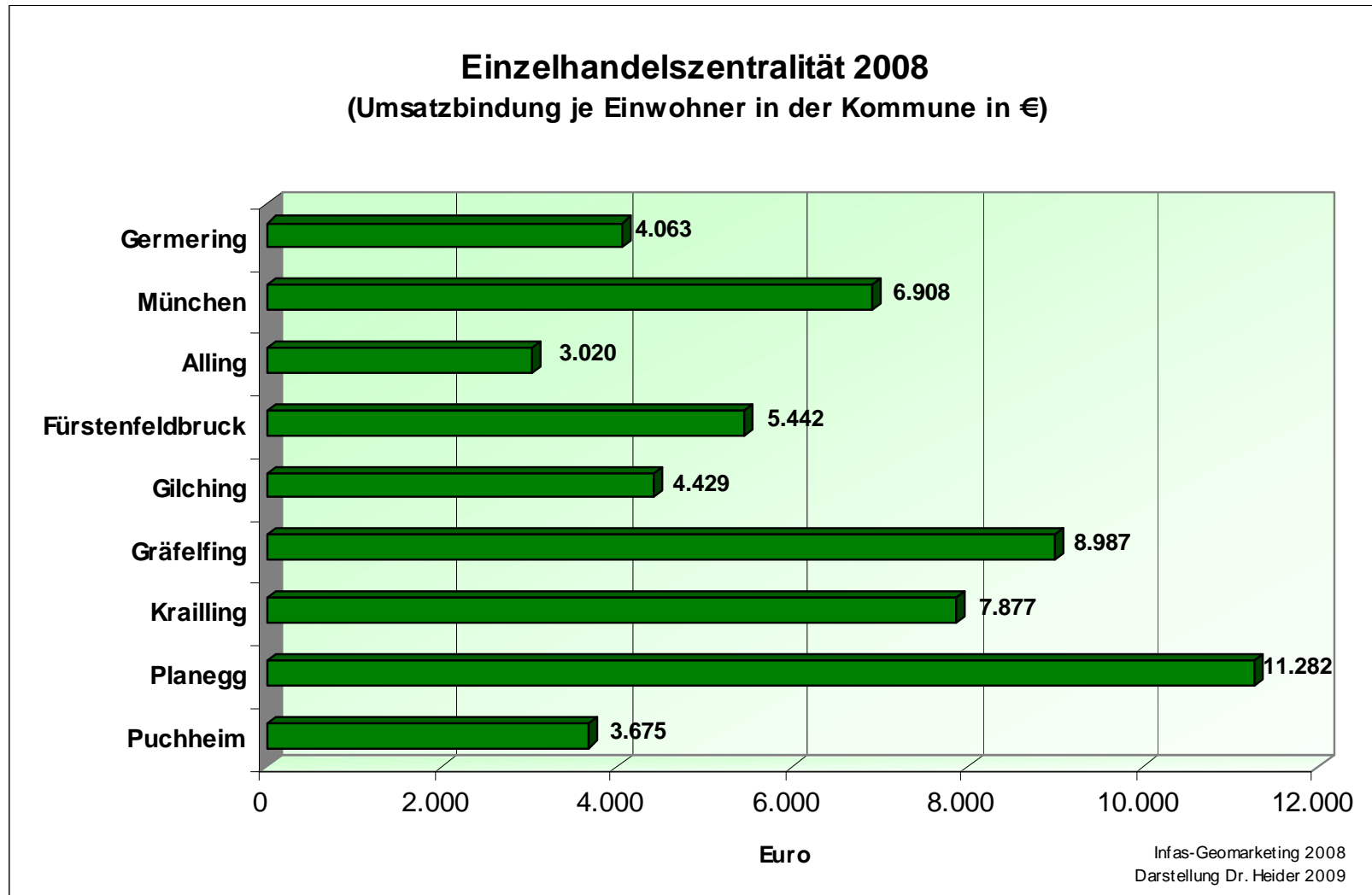
Quelle: Einzelhandelserhebung  
Stand 04.2009  
Dr. Heider 2009



## Einzelhandelsanalyse Germering

	Laden- ge- schäfte	Ein- wohner (Hauptwo- hnsitz)	Einwohn- er im Marktge- biet (inkl. Standort)	Umsatz in Mio. €	Verkaufs- fläche in 1.000 m <sup>2</sup>	Umsatz je Einw. in €	V.fl. je Einw. in m <sup>2</sup>	Umsatz/ m <sup>2</sup> V.fl. in €	V.fl./ Laden in m <sup>2</sup>	Anteil V.fl. der Innen- stadt in %
Germering	204	36.989	59.700	151,6	48,0	4.098	1,3	2.539	235	35,2
Dillingen	184	18.633	62.400	158,7	59,7	8.517	3,2	2.658	324	33,7
Kaufbeuren	423	42.836	139.000	329,7	109,9	7.697	2,6	2.999	260	42,7
Marktoberdorf	174	18.489	42.400	134,2	62,1	7.264	3,4	2.163	357	24,3
Mindelheim	171	14.118	54.500	132,9	69,4	9.414	4,9	1.915	405	15,8

# Einzelhandelsanalyse Germering



# Einzelhandelsanalyse Germering

Stadt Germering  
Einzelhandelsanalyse

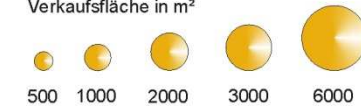
Magnetbetriebe der Gesamtstadt mit über 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche



Ladenlokale des Einzelhandels:

- |                             |                             |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 Allguth                   | 10 Aldi                     |
| 2 Norma                     | 11 Dehner Gartencenter      |
| 3 Möbel Grollmus            | 12 OBI Bau- und Gartenmarkt |
| 4 Tengemann                 | 13 expert TechnoMarkt       |
| 5 City-Galerie E center     | 14 AEZ - Münchener Straße   |
| 6 Kaufhaus Herz             | 15 Edeka Markt              |
| 7 Der Radl-Markt            | 16 InterSport Pofandt       |
| 8 AEZ Oskar-von-Miller-Str. | 17 Plus                     |
| 9 Lidl                      | 18 REWE                     |

Verkaufsfläche in m<sup>2</sup>



— Innenstadt



## Einzelhandels- und Raumstruktur



# Einzelhandelsanalyse Germering

Stadt Germering  
Einzelhandelsanalyse

Versorgungssituation mit Gütern des täglichen Bedarfs anhand  
der Ladengeschäfte des Lebensmitteleinzelhandels



0 250 500 1000 m

## Legende

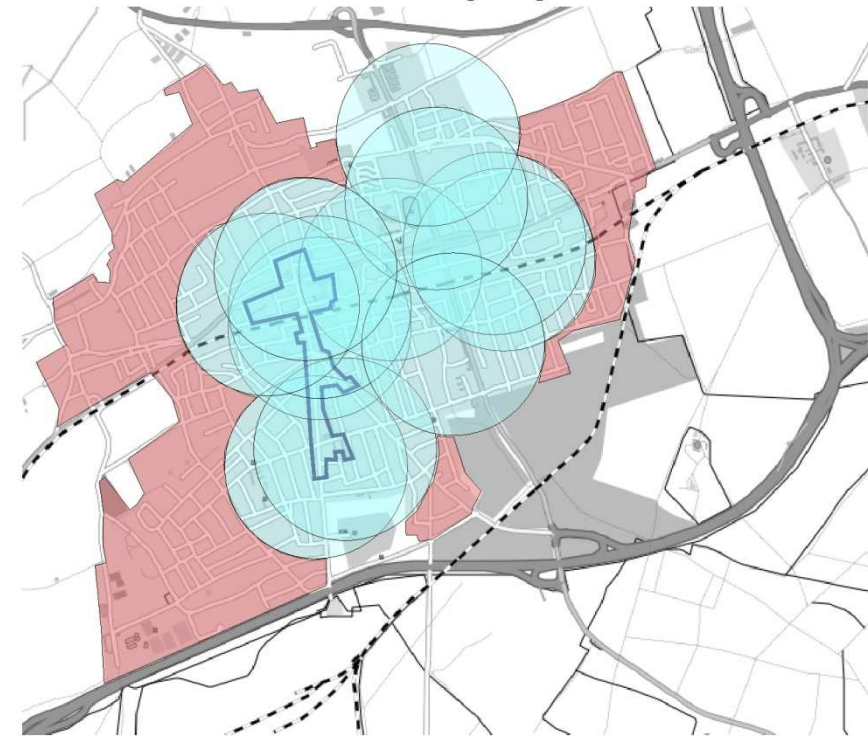
- Ladenhandwerk (Bäckerei, Metzgerei)
- Getränkemarkt
- sonstige Lebensmittelbetriebe bis 250m<sup>2</sup>
- sonstige Lebensmittelmärkte über 250m<sup>2</sup>

— Innenstadt




# Einzelhandelsanalyse Germering

Stadt Germering  
Einzelhandelsanalyse

Versorgungssituation mit Lebensmittelmärkten  
sowie Bereiche ohne leistungsfähige Lebensmittelmärkte



0 250 500 1000 m

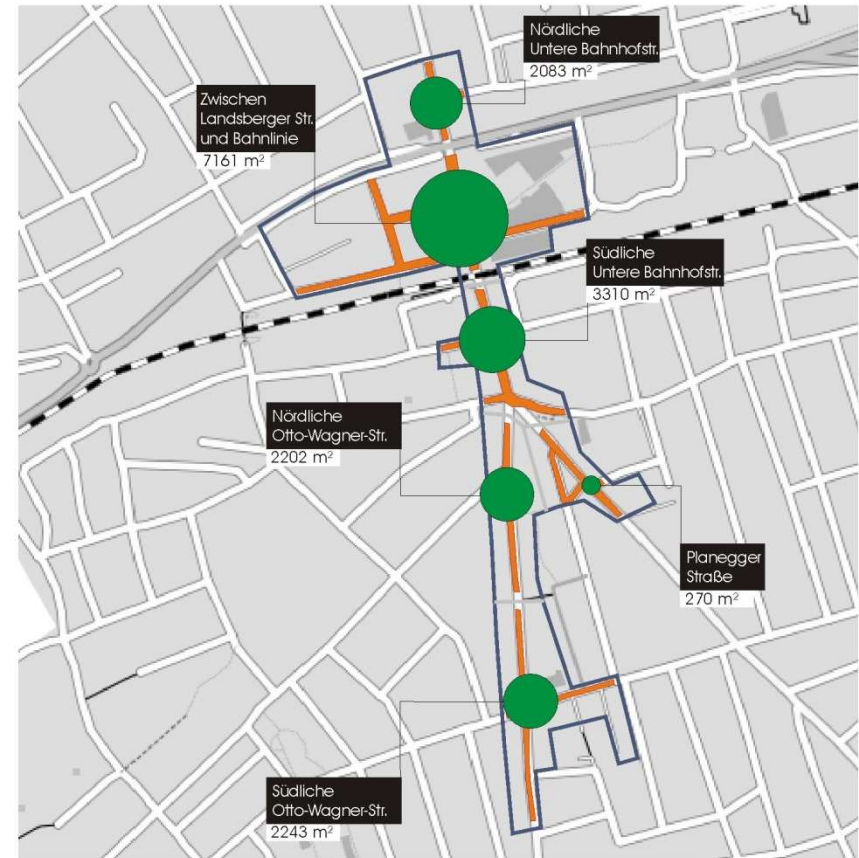
-  fußläufiger Einzugsbereich der Lebensmittelbetriebe über 250m<sup>2</sup> Verkaufsfläche; (Radius: 500m)
-  Bereiche ohne leistungsfähige Lebensmittelmärkte
-  Innenstadt



# Einzelhandelsanalyse Germering

Stadt Germering  
Einzelhandelsanalyse

## Geschäftsbereiche des Einzelhandels in der Innenstadt



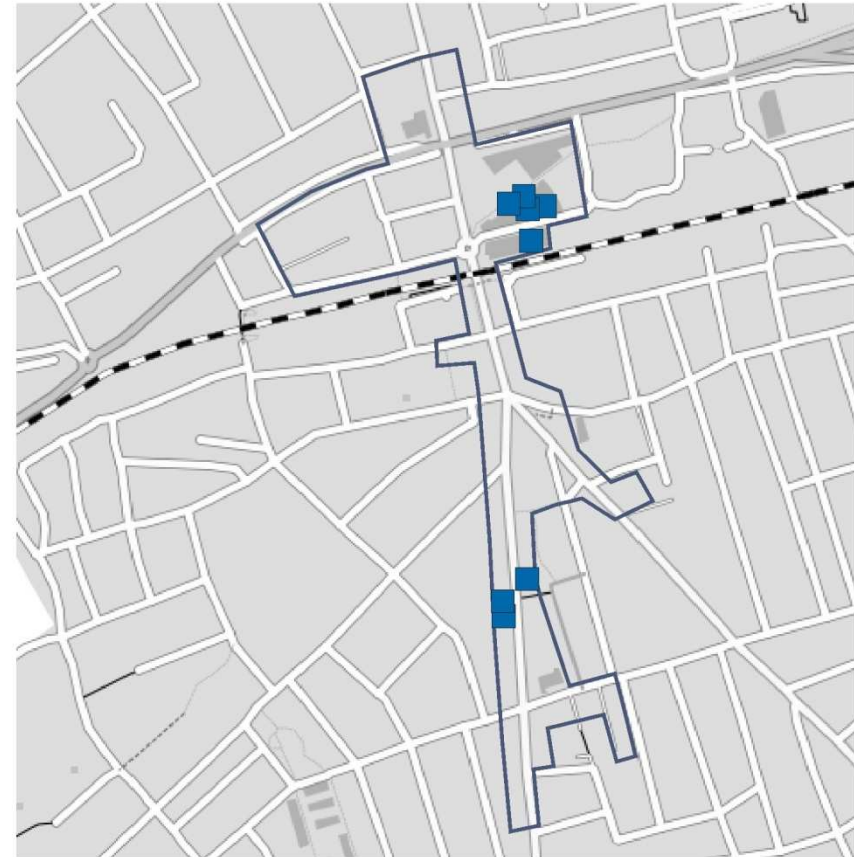
## Einzelhandels- und Raumstruktur



# Einzelhandelsanalyse Germering

Stadt Germering  
Einzelhandelsanalyse

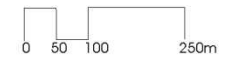
## Leerstehende Ladengeschäfte des Einzelhandels



■ Leerstehende Ladenlokale

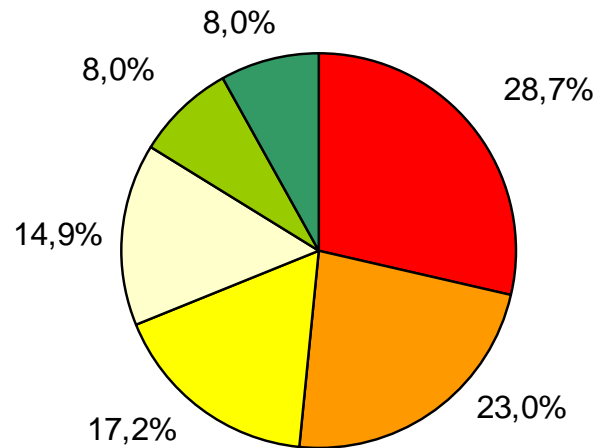
— Innenstadt

Entfernung in Meter:



# Einzelhandelsanalyse Germering

## Stärken des Standortes Germering



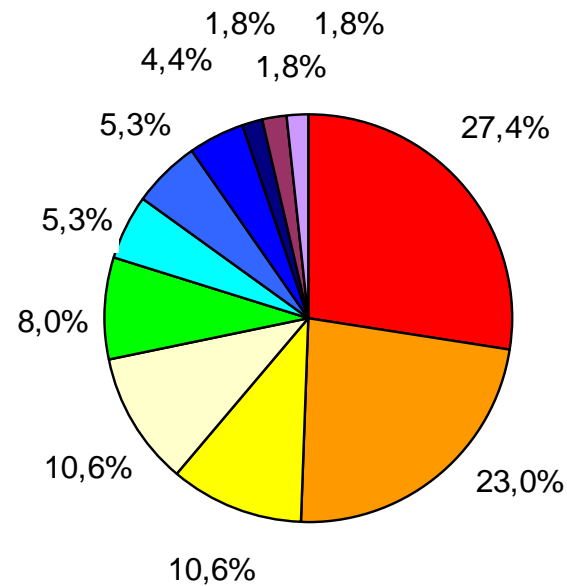
- gute Verkehrsanbindung (z.B. BAB-Anschluß und S-Bahnanschluß)
- angenehmes soziales Umfeld, gute soziokulturelle Infrastruktur und politisches Umfeld
- gute Kaufkraft der Kunden und großes Marktgebiet mit hoher Einwohnerzahl
- guter Kundenstamm und Käuferbindung durch das Einzelhandelsangebot
- zentrale und gute Lage, Nähe zu München
- Keine Standortstärken

Anteil der Nennungen  
Mehrfachantworten möglich

Quelle: Einzelhandelsbefragung  
Dr. Heider 2009

# Einzelhandelsanalyse Germering

## Schwächen des Standortes Germering



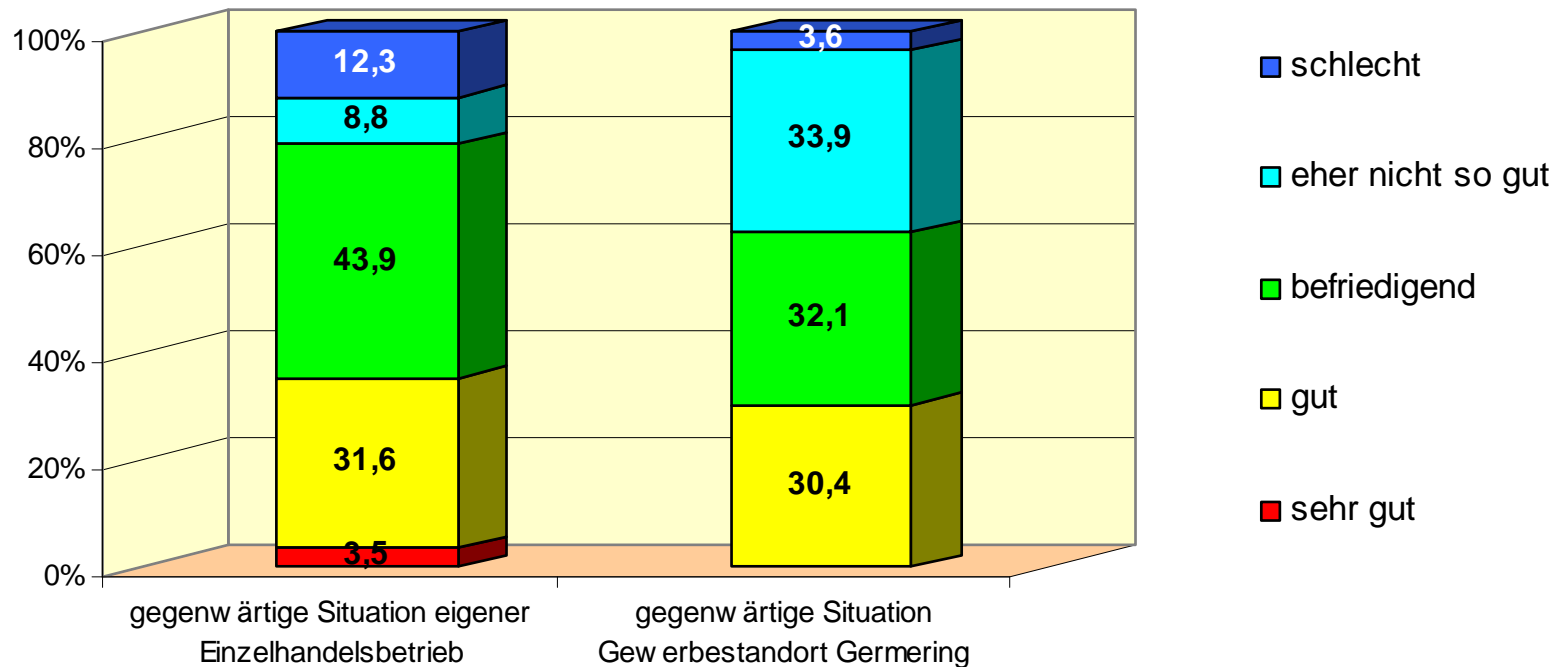
- keine Stadtmitte und kein konzentrierter Hauptgeschäftsbereich
- Defizite in der Einzelhandelsstruktur und im Branchenmix
- politische Rahmenbedingungen und Stadtverwaltung
- Nähe zu München
- Bevölkerungsstruktur und Einkaufsverhalten
- Defizite Verkehr
- Defizite bei der Beschilderung und den Werbemöglichkeiten
- Parkplatzsituation
- Defizite in der Gastronomie
- Konkurrenzsituation im Einzelhandel
- keine Standortschwächen

Anteil der Nennungen  
Mehrfachantworten möglich

Quelle: Einzelhandelsbefragung  
Dr. Heider 2009

# Einzelhandelsanalyse Germering

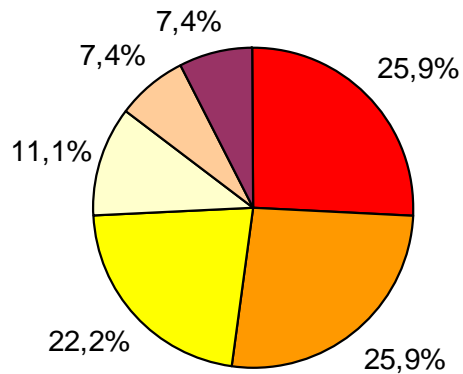
## Gegenwärtige Situation für den Einzelhandelsbetrieb und Gewerbestandort im Urteil der Einzelhändler



Quelle: Einzelhandelsbefragung  
Dr. Heider 2009

# Einzelhandelsanalyse Germering

**Gründe für eine positive Bewertung der gegenwärtigen Situation des eigenen Betriebs**

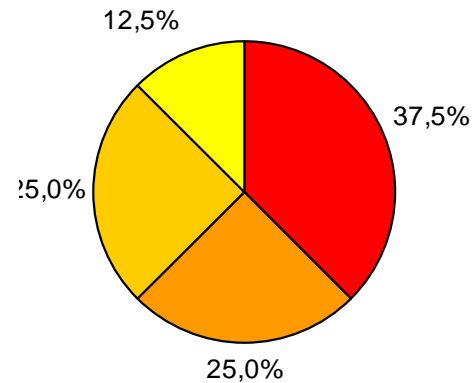


Anteil der Nennungen Mehrfachantworten möglich  
35% der antwortenden Einzelhandelsbetriebe geben eine positive Bewertung für den eigenen Betrieb ab

- guter Standort und Lage des Einzelhandelsbetriebs
- Fachkompetenz und langjährige Erfahrung
- Kundenzufriedenheit durch die Qualität und ein gutes Angebot
- großer Kundenstamm und hohes Kundenpotenzial
- Steigende oder gleichbleibende Umsätze
- günstige Konkurrenzsituation

Quelle: Einzelhandelsbefragung  
Dr. Heider 2009

**Gründe für eine positive Beurteilung der gegenwärtigen Situation des Gewerbestandortes Germering**



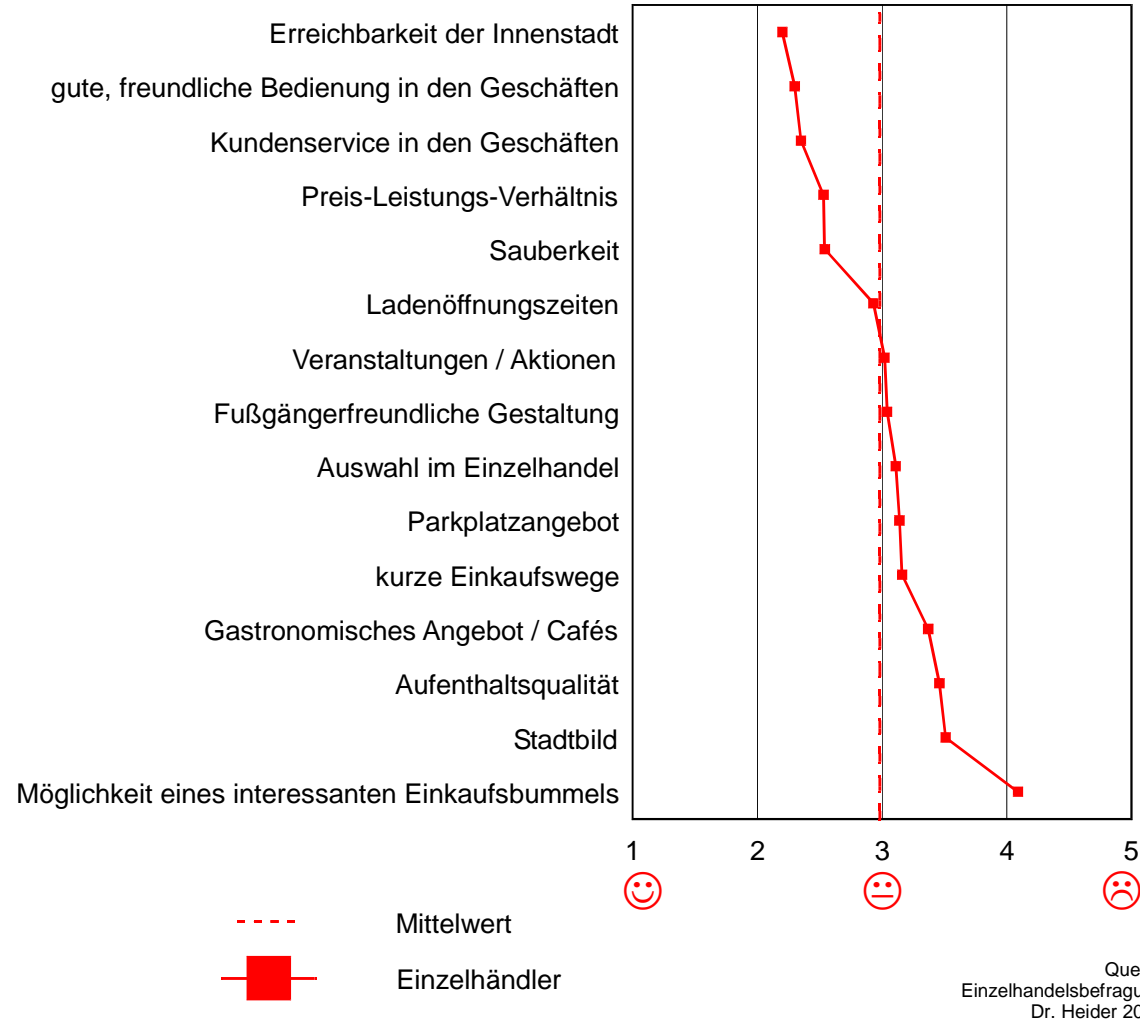
Anteil der Nennungen Mehrfachantworten möglich  
30% der antwortenden Einzelhandelsbetriebe beurteilen die gegenwärtige Situation des Gewerbestandortes positiv

- gute zentrale Lage in der Nähe von München
- Bevölkerungsstruktur (z.B. junge Familien mit Kinder)
- hohes Kundenpotenzial mit überdurchschnittlicher Kaufkraft
- Angebot durch viele Fachgeschäfte und Einzelhandelsfilialisten

Quelle: Einzelhandelsbefragung  
Dr. Heider 2009

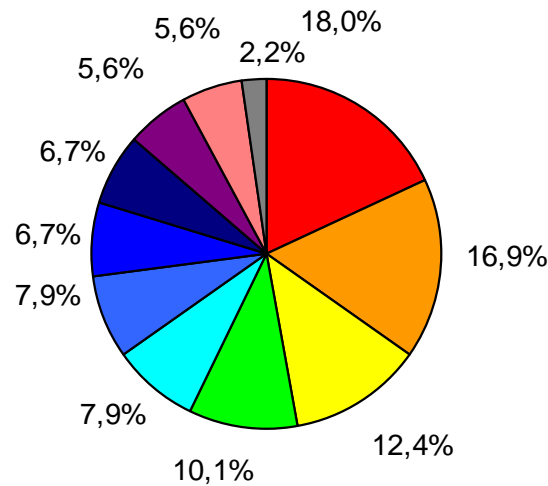
# Einzelhandelsanalyse Germering

## Bewertung der Innenstadt Germerings durch die Einzelhändler



# Einzelhandelsanalyse Germering

## Wichtigster Verbesserungsbedarf in Germering



Anteil der Nennungen  
Mehrfachantworten möglich

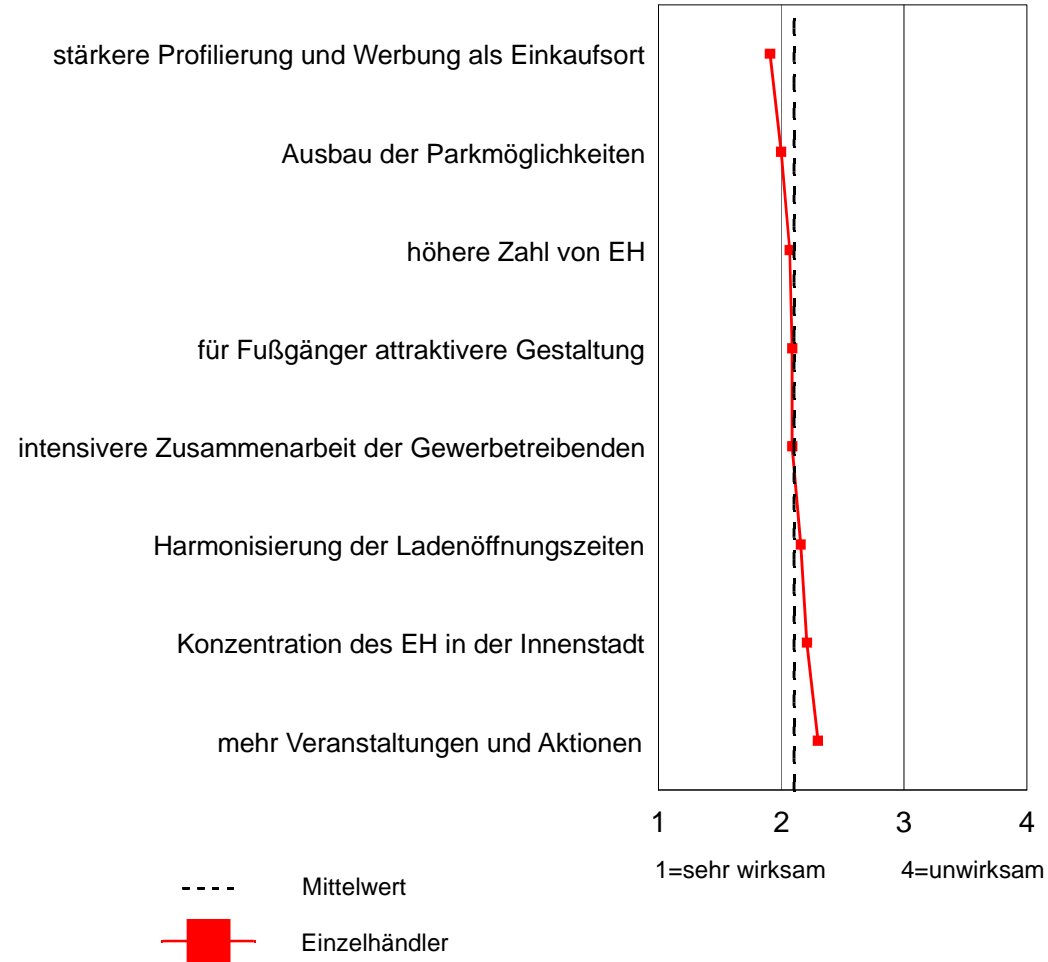
Quelle: Einzelhandelsbefragung  
Dr. Heider 2009

- Definierung eines Zentrums oder einer Stadtmitte
- Stadtentwicklung (insbes. Städtebauattraktivität, Aufenthaltsqualität)
- Einzelhandelsbezogene Themen (wie z.B. Marketingmaßnahmen)
- Verbesserungen zur Parkplatzsituation (z.B. in der Otto-Wagner-Straße)
- Einzelhandelsausstattung und Branchenmix verbessern
- Verkehrsanbindung, Verkehrsführung und Beschilderung
- Vorschläge zu Wochen- und Themenmärkten
- Verbesserung der gastronomischen Situation (Restaurants und Cafés)
- Stadtverwaltungsbezogene Verbesserungsvorschläge
- mehr Veranstaltungen und Festivitäten
- kein Verbesserungsbedarf



# Einzelhandelsanalyse Germering

## Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt in Germering



Quelle:  
Einzelhandelsbefragung  
Dr. Heider 2009

## Stärken des Einzelhandelstandortes:

- + Sehr gute Anbindung an das übergeordnete Verkehrswegenetz durch die Autobahnen 96 und 99, der Bundesstraße 2 sowie eine leistungsfähige S-Bahnanbindung nach München
- + Positive Bevölkerungsentwicklung in den letzten Jahren, bis 2025 weiterer Anstieg prognostiziert
- + Sehr gute Ausstattung an sozialen Infrastruktureinrichtungen (z.B. Mehrgenerationenhaus)
- + Attraktiver Wohnstandort
- + Das Kaufkraftniveau liegt deutlich über dem bundesweiten Durchschnitt
- + Wenige Leerstände
- + Entwicklungsflächen in der Innenstadt
- + Gute Erreichbarkeit der Betriebe in der Innenstadt, vielfach direkt anfahrbar sowie eine insgesamt als ausreichend bewertete Anzahl an Stellplätzen
- + Weitgehend intakter Immobilienbestand als Voraussetzung für Einkaufsstandort Innenstadt

## Schwächen des Einzelhandelstandortes:

- Weit unterdurchschnittliche Beschäftigtenquote von 0,15 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort pro Einwohner (Bayern: 0,35; Vergleichskommunen: 0,41) → „Schlafstadt“
- Durch die starke Konkurrenz im Einzelhandel (insbesondere München) ist das Marktgebiet nur begrenzt entwicklungsfähig
- Der Einzelhandelsstandort steht in zunehmender Konkurrenz in unmittelbarer Nähe (insbes. München-Freiham, 'Ikarus'-Puchheim, Vorhaben Pasing)
- Hoher Kaufkraftabfluss, die Kaufkraftbindung im Einzelhandel ist deutlich geringer als der bundesweite Durchschnitt
- Leitsortimente des Einzelhandels in der Innenstadt nur unzureichend vertreten
- Umstrukturierungsdruck auf bestehende Standorte
- Kein zentraler Innenstadtbereich, der Hauptgeschäftsbereich zieht sich „schlauchförmig“ durch die Stadt
- Konzentration der Leerstände in der City-Galerie und der Germeringer „Harfe“
- Einzelne Geschäftsbereiche weisen deutlichen Attraktivierungsbedarf auf
- Mangelnde Identifikation der Bevölkerung mit der Stadt

## Kernpunkte

Struktur- und Branchendefizite im Einzelhandel

Ausbaupotenziale trotz niedriger Kaufkraftbindung nur begrenzt ausbaufähig

Verdichtung des Einzelhandels in zentraler Lage

Verbesserungsfähige Atmosphäre als Einkaufsstadt

# **Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit**

**Für Fragen und Anregungen  
stehe ich gerne zur Verfügung**