



Informationsbroschüre

Einzelhandel und Stadtentwicklung in Städten und Gemeinden

Wir über uns

Die Markt und Standort Beratungsgesellschaft wurde ursprünglich unter der Firmierung icon Regio 1993 in Nürnberg gegründet. Damals war sie Teil des international agierenden Marktforschungsunternehmens icon Forschung und Consulting. Seit 2004 führt die Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH das Geschäft der icon Regio eigenständig und erfolgreich weiter und hat seit 2005 ihren Sitz in der Hugenotten- und Universitätsstadt Erlangen.

Der Gründungsgeschäftsführer und Gesellschafter **Norbert Lingen** befasst sich schon seit 1985 mit Fragen der kommunalen Einzelhandelsentwicklung (u.a. GfK-Marktforschung in Nürnberg). Die Perspektive der Verbraucher, deren Bedürfnisse und Verhalten ist aufgrund der jahrelangen inhaltlichen Nähe zur Marktforschung immer einer seiner wesentlichen Maßstäbe für die Begutachtung von Einzelhandelsentwicklungen in Städten und Gemeinden gewesen. Die städtebaulichen Anforderungen der Einzelhandelsentwicklung sind ihm aufgrund seines Studiums der Raumplanung in Dortmund und seiner beruflichen Entwicklung, die ihn auch in die kommunale planende Verwaltung führte, ebenso wichtig.

Neben der Erstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte befasst sich die Markt und Standort Beratungsgesellschaft mit allen Fragen der Einzelhandelsentwicklung, auch im Auftrag von Handelsunternehmen, Projektentwicklern oder Investoren. Besonders dieses breite Spektrum der Untersuchungsthemen erlaubt den Fachleuten der Markt und Standort Beratungsgesellschaft eine umfassende Perspektive aller Aspekte der Einzelhandelsentwicklung, die rein städtebaulich orientierte Institute nicht bieten können.

Neben der beschriebenen Bearbeitung von Fragestellungen aus dem Einzelhandel sind Standort- und Filialnetzanalysen für Banken und Sparkassen ein weiterer wichtiger Teil unserer Arbeit. Auch hier geht es darum, einen Ausgleich zwischen betriebswirtschaftlichem Aufwand und Versorgungsansprüchen der Kommunen und der Bevölkerung zu finden.

Darüber hinaus ist der Name Programm. Standort- und marktbezogene Fragestellungen werden für nahezu alle Branchen bearbeitet.

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH
Am Weichselgarten 26
91058 Erlangen

Geschäftsführer: Norbert Lingen

Einzelhandelsentwicklung in Städten

Funktionsfähigkeit und Nutzungsvielfalt sind elementare Bestandteile einer positiven Einzelhandelsentwicklung. Notwendig sind flexible und marktorientierte Konzepte zur sinnvollen Steuerung der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, zur Sicherung der Attraktivität und zur Verbesserung des qualitativen Einzelhandelsbesatzes.

Einzelhandelskonzepte – Warum?

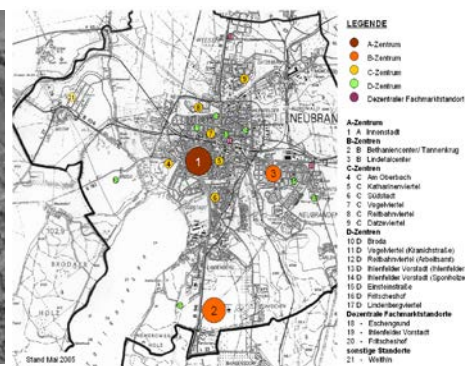
Einzelhandelskonzepte sind die zentralen Instrumente für die Steuerung und Absicherung der Einzelhandelsentwicklung in Städten und Gemeinden.

Ständige Veränderungen der Ansiedlungspolitik der Handelsketten, der Bedürfnisse der Verbraucher und der Vorgaben der Landes- und Regionalplanung beeinflussen die städtischen Strukturen zunehmend. Die funktionalen Gliederungen und städtebaulichen Anforderungen unterliegen einem ständigen Wandel und bedürfen empirisch abgesicherter Bewertungen.

Einzelhandelskonzepte mit ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen in einem hierarchisch auf die spezifische Kommune abgestimmten System in Kombination mit ortstypischen Sortimentslisten unterstützen die Kommune bei der Steuerung der kommunalen Entwicklungspolitik und sorgen für eine ausgewogene Versorgungsstruktur.

Neben den Bedürfnissen der planenden Instanzen sind aber auch die der Verbraucher und Händler zu berücksichtigen, so dass insgesamt eine Planungs-, Rechts- und Entscheidungssicherheit für die Kommune entsteht.

Die sachgerechte Abwägung zwischen den wirtschaftlichen und den städtebaulichen Interessen entscheidet über den Erfolg von Einzelhandelskonzepten!



Einzelhandelsentwicklung in Städten

Es sind divergierende und auch gegenläufige Interessen zu berücksichtigen. Der Ausgleich vielfältiger Anforderungen ist erforderlich, um funktionierende Einzelhandelsstrukturen zu erhalten und zu fördern. Marktkräfte und städtebauliche Gestaltungsvorstellungen schließen sich gegenseitig nicht aus, müssen sich aber aufeinander einlassen. Vor allem sind die Interessen der Bürger und Verbraucher wichtig, denn für diese werden letztlich Einzelhandelskonzepte erstellt.

Einzelhandelskonzepte – für wen?

Für die...

Verwaltung

Damit sie effektiv agieren und die Einzelhandelsentwicklung steuern kann.

Innenstadt

Damit sie sich wirtschaftlich gut entwickeln kann und wettbewerbsfähig bleibt.

Nahversorgung

Damit wohnungsnah Angebote erhalten und gefördert werden.

Innerstädtische Einzelhändler

Damit sie gegen die „Grüne Wiese“ bestehen können.

**Verbraucher/
Bürger**

Damit sie sich wohnungsnah, zentrenorientiert und möglichst vollständig versorgen können.

Periphere Standorte

Damit sie nicht ausufern und trotzdem ihrer Versorgungsaufgabe nachkommen können.

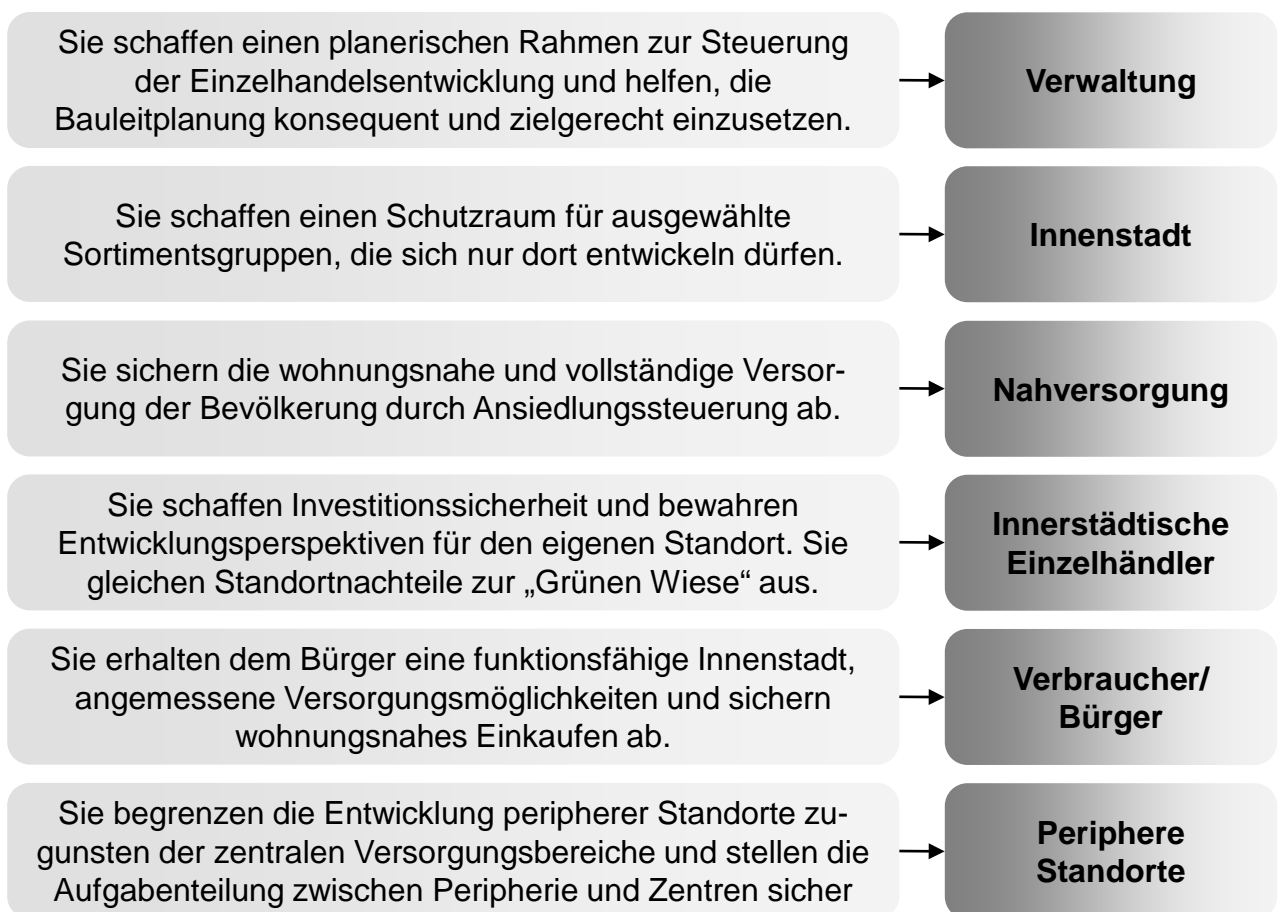
Alle diese Zielkategorien haben ihre eigenständige Bedeutung!

Doch im Grunde werden Einzelhandelskonzepte für den Bürger, der auch gleichzeitig Verbraucher ist, erarbeitet!

Einzelhandelsentwicklung in Städten

Was ist attraktiver Einzelhandel? Was ist unter qualitativ hochwertigem Einzelhandel zu verstehen? Wer entscheidet über diese Kategorien? Sind die Bewertungskriterien für die planende Verwaltung, den innerstädtischen Einzelhandel oder den Bürger gleich? Versteht der Stadtplaner oder der Einzelhändler unter Versorgungsqualität etwas anderes als der Bürger und Verbraucher?

Einzelhandelskonzepte – wie funktionieren sie?



Das einzige wirksame Instrumentarium ist die Festlegung von zentralen Versorgungsbereichen und ortsspezifischen Sortimentslisten. Diese Instrumente wirken jedoch nicht nur städtebaulich. Sie greifen durch die Beschränkung des lokalen und regionalen Wettbewerbs auch in wirtschaftliche Prozesse ein!

Einzelhandelsentwicklung in Städten

Die Stadtplanung und die Kommunalpolitik verfügen über die Instrumente, durch das Baurecht den freien Wettbewerb einzuschränken. Das ist gewollt und richtig, solange das Baurecht nicht dazu missbraucht wird, Konkurrenzschutz zu Lasten der Verbraucher und zugunsten bestimmter Wirtschaftsbereiche zu betreiben. Kommunale Einzelhandelskonzepte müssen die Dosierung der Wettbewerbseinschränkungen reflektieren und gut begründen.

Einzelhandelskonzepte – was brauchen die Kommunen?

Einzelhandelskonzepte sind städtebauliche Rahmenplanungen. Sie müssen bestimmte baurechtliche Rahmenbedingungen erfüllen. Aber nicht nur das.

Kommunen brauchen Einzelhandelskonzepte die auch Wirtschaftsförderungskonzepte sind, insbesondere für die Innenstädte!

Einzelhandelskonzepte sollten in ihren Festlegungen ausgewogen sein. Neben den un- abdingbaren städtebaulichen Festlegungen sind auch die wirtschaftlichen Zwänge und Zusammenhänge angemessen zu berücksichtigen.

Kommunen brauchen eine breite Akzeptanz für ihre Einzelhandelskonzepte. Auch die Interessen und Bedürfnisse der Verbraucher müssen in angemessener Weise in das Einzelhandelskonzept eingehen!

Wettbewerbseinschränkungen durch Sortimentslisten und die Festlegung von zentralen Versorgungsbereichen dürfen nicht zum Konkurrenzschutz für ansässige Betriebe werden.

Kommunen benötigen einen innovativen und investitionsfreudigen Einzelhandel. Konkurrenzschutz verhindert Innovation und Investition für die Innenstädte.

Kommunale Einzelhandelskonzepte sind Wirtschaftsförderungskonzepte für die Innenstädte, keine Erhaltungsprogramme für verkrustete Strukturen und veraltete Betriebe!

Kommunen brauchen eine verlässliche Entscheidungsgrundlage, die nicht bei jeder Einzelentscheidung geändert werden muss.

Methodik



Empirie und Analyse

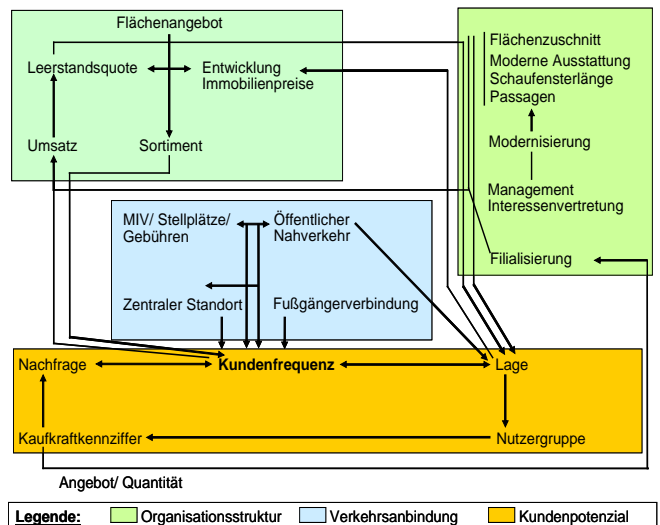
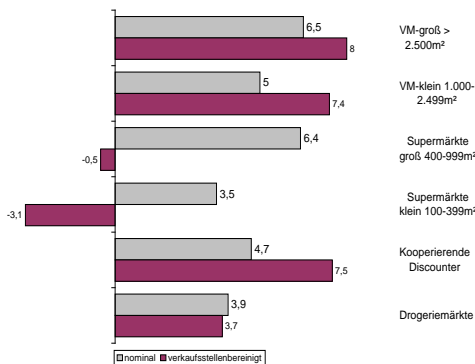
Wichtig für die Erstellung eines tragfähigen und funktionsfähigen Einzelhandelskonzeptes sind empirische Analysen der derzeitigen Einzelhandelssituation in der Kommune, aber auch in der Region. Neben aktuellen Angebotsanalysen sind auch repräsentative Verbraucherbefragungen notwendig.

Die Erhebungen erfolgen durch erfahrene und qualifizierte Mitarbeiter der Markt und Standort Beratungsgesellschaft, die Bewertungen durch den jeweiligen Projektleiter. Dadurch kann eine durchgängig hohe Qualität der Erhebungsdaten gewährleistet werden.

Repräsentative Befragungen werden professionell nach den Anforderungen der modernen Marktforschung durchgeführt.

Die so erhaltenen Analyseergebnisse zusammen mit der langjährigen Erfahrung in den Bereichen Standortentwicklung, Markt- und Markenentwicklung, Marktforschung und betrieblichen Erfordernissen aber auch in der aktuellen Rechtsprechung bilden die Grundlage unserer praxisorientierten Einzelhandelskonzepte.

Vertriebslinienvergleich - Umsatzentwicklung im Januar 2008 in %



Einzelhandels- und Zentrenkonzepte

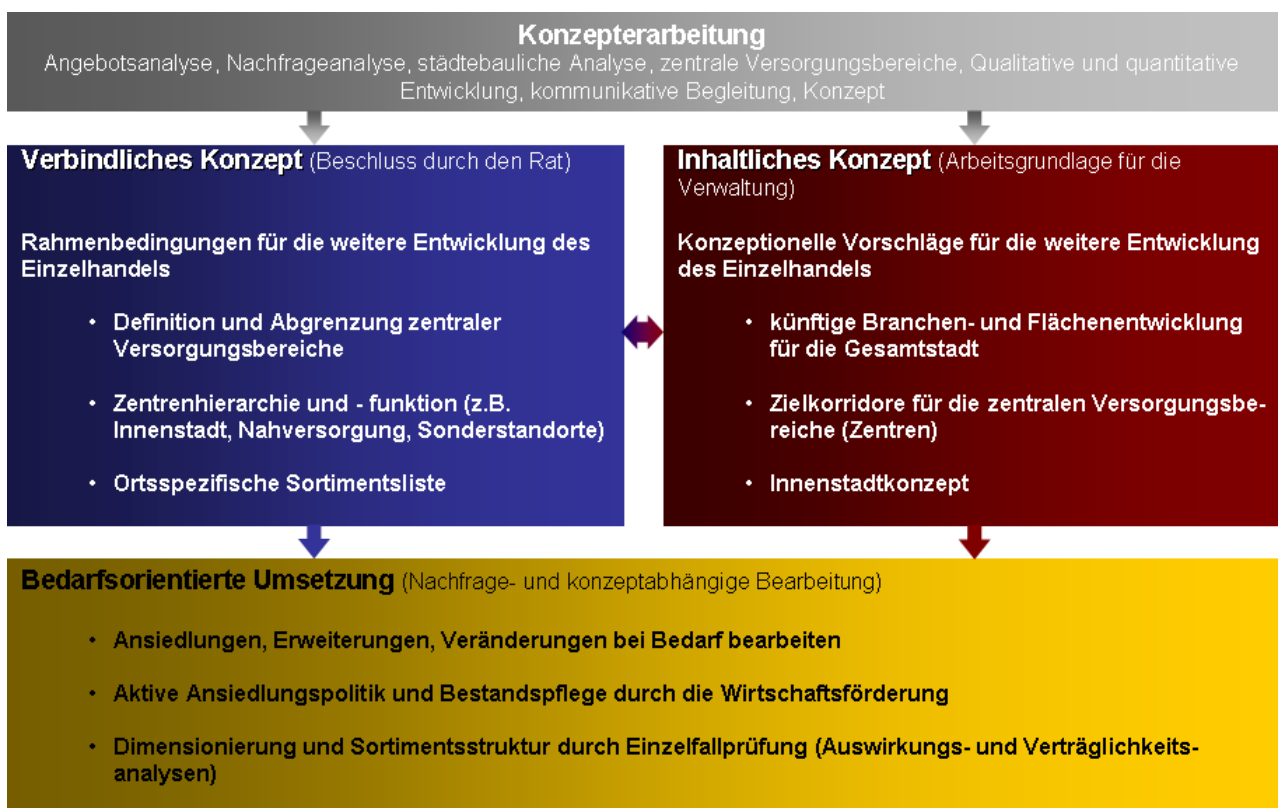
Marktorientierte und flexible Konzepte, die die Innenstadtentwicklung sichern und unterstützen, die Versorgung der Bevölkerung verbessern und eine funktionierende Nahversorgung installieren, helfen der Kommune, ihre eigene Entwicklung aktiv zu gestalten.

Konzeption und Umsetzung

Der Beschluss einer Einzelhandelskonzeption durch den Stadt- oder Gemeinderat bedeutet eine Selbstverpflichtung für die Kommune. Damit ist sie für das weitere Handeln der Kommune bindend.

Aufgrund der sich laufend ändernden Marktentwicklungen muss ein Konzept jedoch flexibel genug sein, sich darauf einzustellen. Die „Leitplankenfunktion“ eines Konzeptes ist daher richtungweisend für eine nachhaltige Entwicklung!

Eine rechtliche Bindung nach außen entsteht durch den Beschluss des Einzelhandelskonzeptes nicht. Hier muss über das Baurecht eine rechtssichere Umsetzung erfolgen. Auch hier unterstützen wir Sie kompetent.



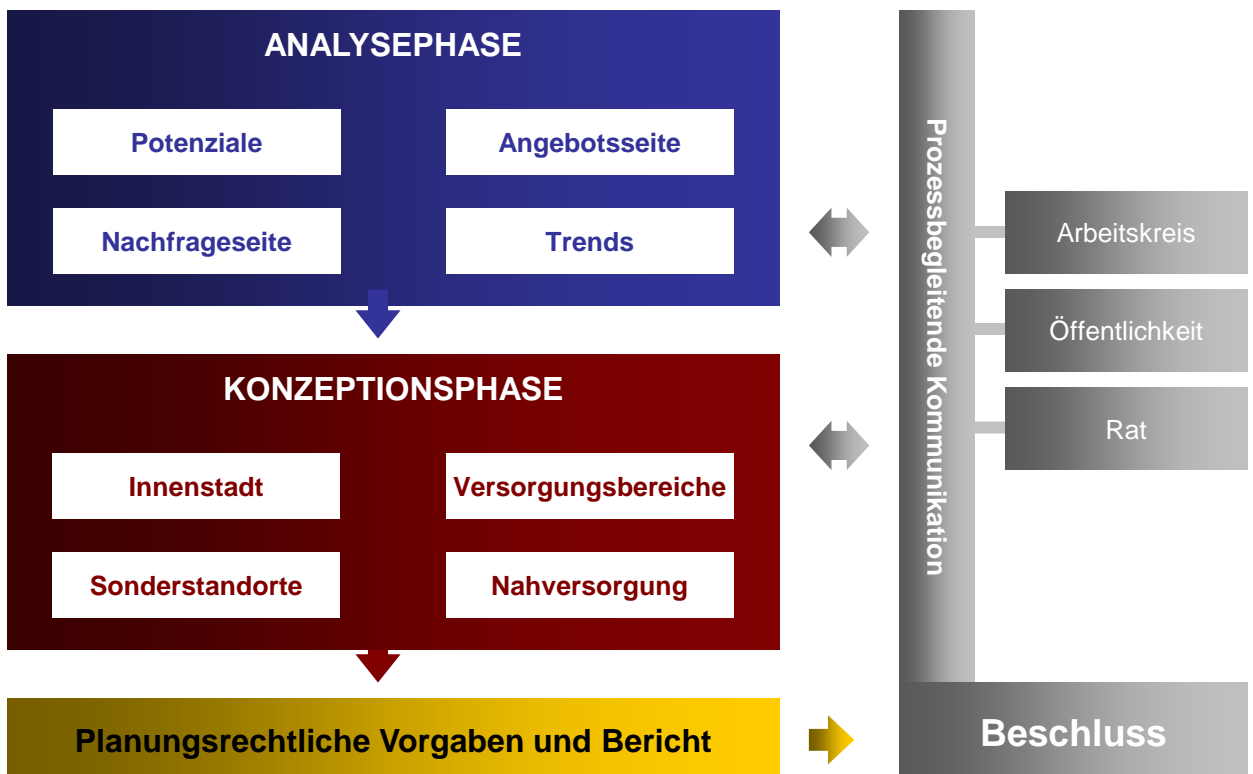
Erarbeitungs- und Umsetzungsprozess



Begleitung, Moderation und Umsetzung

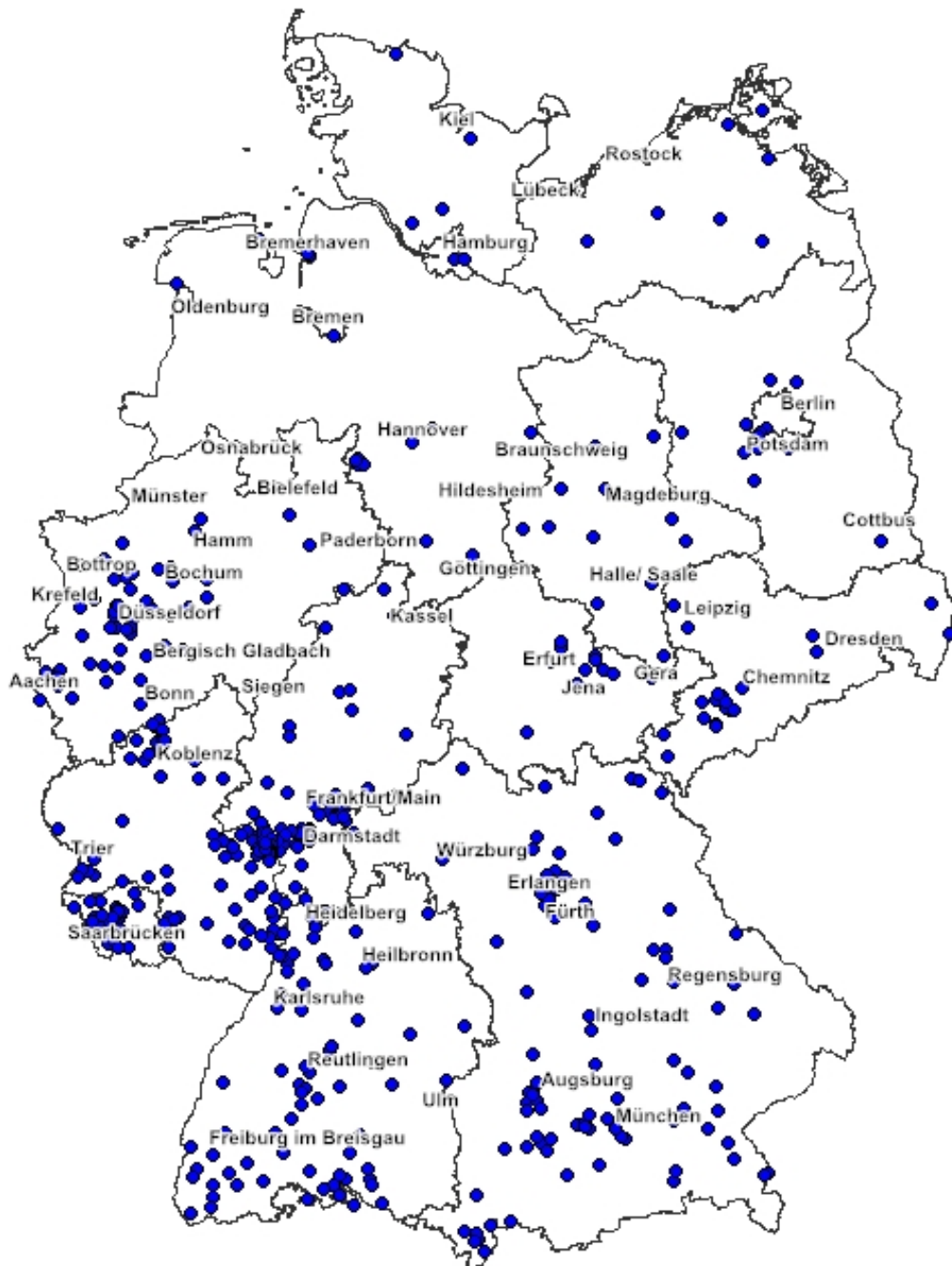
Ein Konzept ist immer so gut wie die begleitenden Kommunikationsmaßnahmen. Ein professionell geführter Kommunikationsprozess unterstützt die Erhebungsmaßnahmen genauso wie die anschließenden Umsetzungsmaßnahmen.

Dazu gehört auch die rechtzeitige und fachgerechte Einbindung der lokalen Akteure. Unsere langjährigen Erfahrungen werden durch unsere kompetenten Netzwerkpartner vervollständigt. Gerade bei komplexen Abwägungs- und Zielfindungsprozessen hat sich diese Form der Zusammenarbeit bewährt und zielgerichtete und umsetzbare Erfolge gebracht.





Unsere Referenzen (Auszug)



Kommunen, in denen die Markt und Standort Beratungsgesellschaft im Auftrag verschiedenster Kunden zur Bearbeitung von Einzelhandelsfragen tätig war.

Kompetenz für Ihre Standorte

Durch die langjährige Erfahrung in den Bereichen Kommune, Handel, Recht, Landes- und Regionalplanung sowie Marktforschung steht Ihnen ein professionelles, kundenorientiertes Team aus Fachleuten zur Verfügung, das die Grenzen des Machbaren für Ihre spezifische Problemstellung auslotet und in Konzepten umsetzt.

Interdisziplinär – kompetent – neutral – unabhängig.

Kontakt

Sollten Sie Fragen haben, so sprechen Sie uns gerne an!

Ihr Hauptansprechpartner ist:



Dipl.-Ing. Norbert Lingen
Geschäftsführender Gesellschafter

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH
Am Weichselgarten 26
91058 Erlangen

Telefon 09131 973 769 0
Fax 09131 973 769 70
Email info@marktundstandort.de



Kommunale Einzelhandelskonzepte auf den Punkt gebracht

Kommunale Einzelhandelskonzepte werden nicht für die Planer sondern für die Verbraucher gemacht

Verbraucherwille ist auch Bürgerwille!

Kommunale Einzelhandelskonzepte sind nicht nur Planungs- sondern vor allem Wirtschaftsförderungskonzepte

Nicht nur verhindern sondern auch fördern!

Kommunale Einzelhandelskonzepte sind einer der Schlüssel zur Bürger- und Verbraucherzufriedenheit

Zufriedene Verbraucher sind auch zufriedene Bürger!

Verbraucher haben die Macht, Einzelhandelskonzepte zu Fall zu bringen

Verbraucher stimmen mit den Füßen ab!

Bestandsschutz für bestehende Einzelhandelsbetriebe muss auch außerhalb der Innenstädte ernst gemeint sein

Bestandsschutz heißt Schutz und nicht Einschränkung des Bestehenden!

Die Definition von zentralen Versorgungsbereichen und Sortimentslisten ist wettbewerbsrelevant

Wettbewerbseingriffe müssen gut überlegt sein!

Nahversorgung und Auto fahren schließen sich gegenseitig nicht aus

Nur Wohnungsnähe für die Nahversorgung ist zu kurz gedacht!