



NRW-STUDIE: ZUKUNFT DES HANDELS - ZUKUNFT DER STÄDTE

HANDEL UND HANDELSSTANDORTE IN NRW -
STATUS QUO UND PERSPEKTIVEN

Webtalk Die Stadttretter, 31.08.2021

Boris Hedde, Geschäftsführer IFH KÖLN

Oliver Breiden, Leiter Handelsreferat MWIDE



HERZLICH WILLKOMMEN



Dr. Oliver Breiden

Referatsleiter Handel MWIDE NRW

+49 211/61772-637

oliver.breiden@mwide.nrw.de



Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

Referat VIII C 2

Handel, Dienstleistungen,
Logistik



Boris Hedde

Geschäftsführer IFH KÖLN

+49 221 943607-11

b.hedde@ifhkoeln.de

IFH KÖLN

Erfolgreich im Handeln

IFH Köln GmbH

Dürener Str. 401 b
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10

www.ifhkoeln.de

 [@ifhkoeln](https://twitter.com/ifhkoeln)

 [/company/ifh-koeln-gmbh](https://www.linkedin.com/company/ifh-koeln-gmbh)

Perspektive Konsum, Markt und Standorte

„Handelsszenarien NRW 2030“ (IFH KÖLN, 2018)

Amtliche Statistiken (IT.NRW u.a.); Marktdaten und -prognosen (IFH KÖLN)

Einzelhandelsgutachten; Standortbegehungen in Beispielkommunen

Perspektive Handel

Händlerinterviews in den 14 Beispielkommunen (2020)



Perspektive Bevölkerung

Passantenbefragung
Vitale Innenstädte 2020

Bürgerbefragung in 14
Beispielkommunen 2020

Bürgerbefragung
NRW 2020

Perspektive Städte & Gemeinden

Interviews mit Vertretern der Beispielkommunen aus den Bereichen Wirtschaftsförderung, City-Marketing, Stadtplanung etc.; Kommunalumfrage 2020 des Ministeriums für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen

>26.000

befragte Bürgerinnen und Bürger in Nordrhein-Westfalen

Deepdive in vierzehn NRW-Beispielkommunen

47

Einzelinterviews mit mittelständischen Handelsunternehmen

14

Standortanalysen in ausgewählten Beispielkommunen

13

Gruppen- und Einzelgespräche mit kommunalen Vertretern

Perspektive Konsum, Markt und Standorte

„Handelsszenarien NRW 2030“ (IFH KÖLN, 2018)

Amtliche Statistiken (IT.NRW u.a.); Marktdaten und -prognosen (IFH KÖLN)

Einzelhandelsgutachten; Standortbegehungen in Beispielkommunen

Perspektive Handel

Händlerinterviews in den 14 Beispielkommunen (2020)



Perspektive Bevölkerung

Passantenbefragung
Vitale Innenstädte 2020

Bürgerbefragung in 14
Beispielkommunen 2020

Bürgerbefragung
NRW 2020

Perspektive Städte & Gemeinden

Interviews mit Vertretern der Beispielkommunen aus den Bereichen Wirtschaftsförderung, City-Marketing, Stadtplanung etc.; Kommunalumfrage 2020 des Ministeriums für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen

>26.000

befragte Bürgerinnen und Bürger in Nordrhein-Westfalen

Deepdive in vierzehn NRW-Beispielkommunen

47

Einzelinterviews mit mittelständischen Handelsunternehmen

14

Standortanalysen in ausgewählten Beispielkommunen

13

Gruppen- und Einzelgespräche mit kommunalen Vertretern

Vierzehn ausgewählte Kommunen in NRW, in denen die Bevölkerung, der Handel und die Kommunalvertreter interviewt wurden.



- (1) Großstädte in solitärer Lage
- (2) Großstädte in (Handels-)Konkurrenz zu anderen Großstädten
- ▲ (3) Handelsorientierte Stadtteile/Quartiere in Großstädten
- ◆ (4) Mittelstädte in solitärer Lage
- (5) Große Mittelstädte im Einzugsgebiet von Großstädten
- (6) Kleine Mittelstädte/Kleinstädte/Gemeinden im Einzugsgebiet von Groß- oder Mittelstädten
- ◆ (7) Kleinstädte/Gemeinden im ländlichen Raum

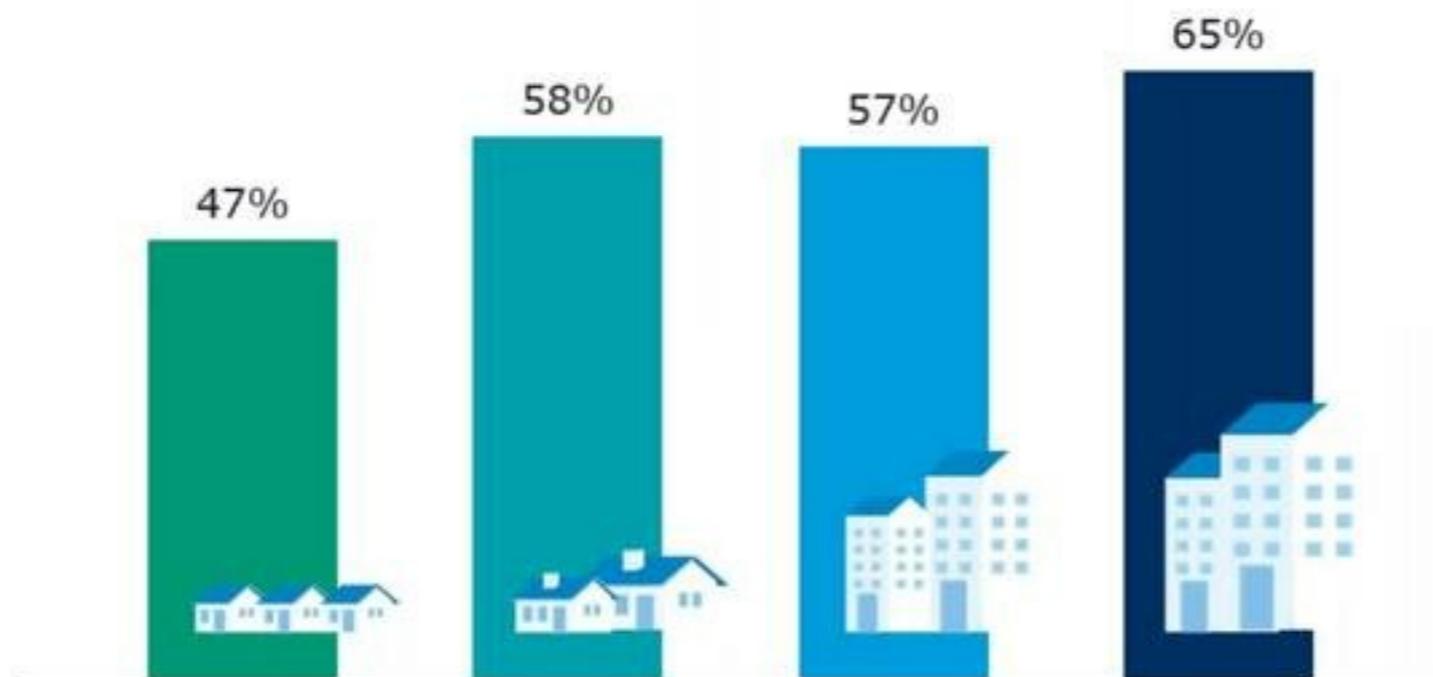
Umfänglichste Analyse zu Handel und Stadt in einem Bundesland überhaupt!

Ergebnis-Highlights...

**Bekannte
Herausforderungen
in Zahlen für NRW dargestellt...**

Relevanz des innerstädtischen Handels für die Lebensqualität (Nordrhein-Westfalen)

■ Kleinstädte & Landgemeinden ■ Mittelstädte ■ Kleinere Großstädte ■ Größere Großstädte



Der Handel in der Innenstadt oder im Ortszentrum ist für mich entscheidend für die Lebensqualität in meiner Stadt oder Gemeinde



INFO n=1.000, repräsentative Onlinebefragung der Bürgerinnen und Bürger in Nordrhein-Westfalen

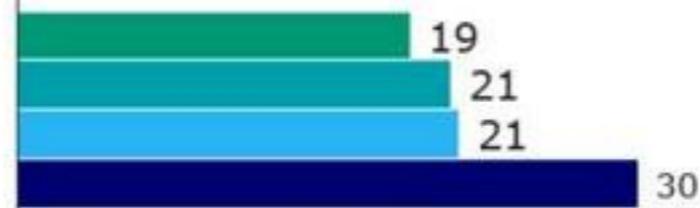
Attraktivität und Anziehungskraft von Innenstädten (Nordrhein-Westfalen)

■ Kleinstädte & Landgemeinden
 ■ Mittelstädte
 ■ Kleinere Großstädte
 ■ Größere Großstädte

Die Innenstadt bzw. das Ortszentrum meiner Stadt oder Gemeinde hat für mich als Handelsstandort in den letzten Jahren **stark an Attraktivität verloren**



Die Innenstadt bzw. das Ortszentrum meiner Stadt oder Gemeinde hat für mich als Handelsstandort in den letzten Jahren **stark an Attraktivität gewonnen**



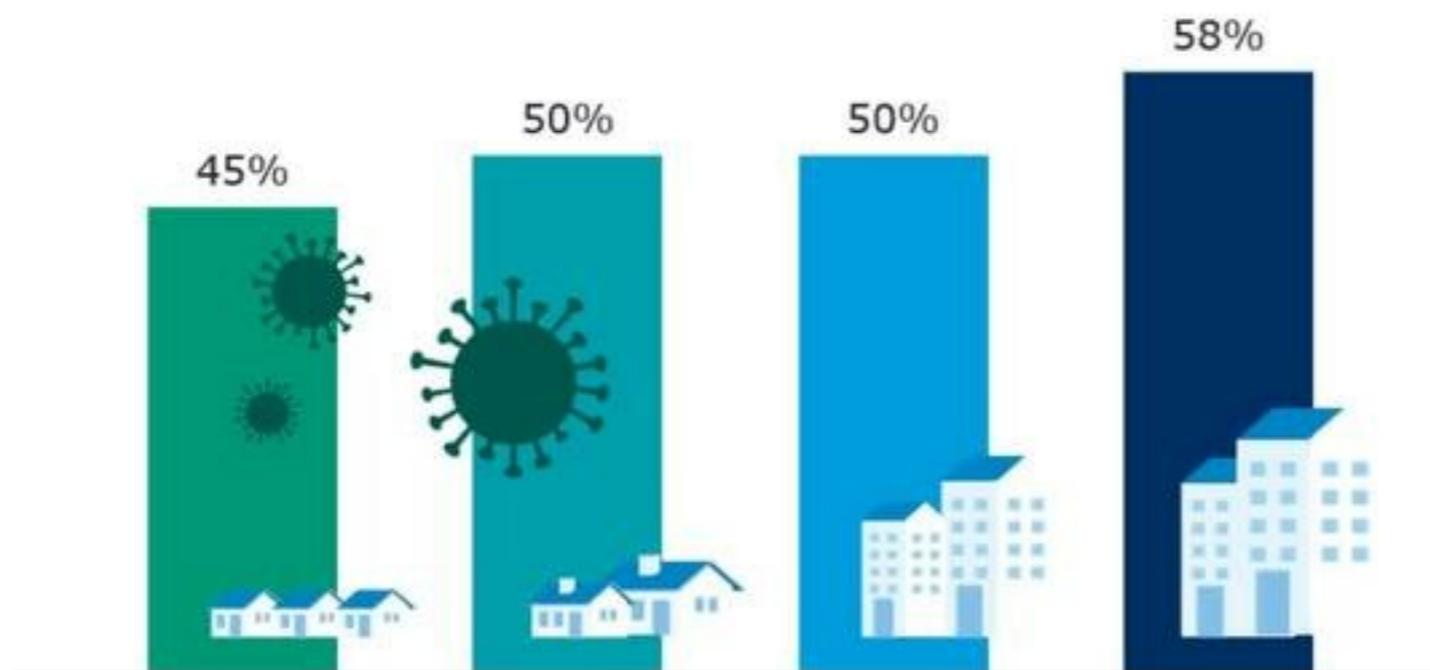
Es gibt für mich **immer weniger Gründe**, die Innenstadt bzw. das Ortszentrum meiner Stadt oder Gemeinde aufzusuchen



INFO n=1.000, repräsentative Onlinebefragung der Bürgerinnen und Bürger in Nordrhein-Westfalen

Infektionsschutz durch Onlinekauf nach Gemeindetypen (Nordrhein-Westfalen)

■ Kleinstädte & Landgemeinden ■ Mittelstädte ■ Kleinere Großstädte ■ Größere Großstädte

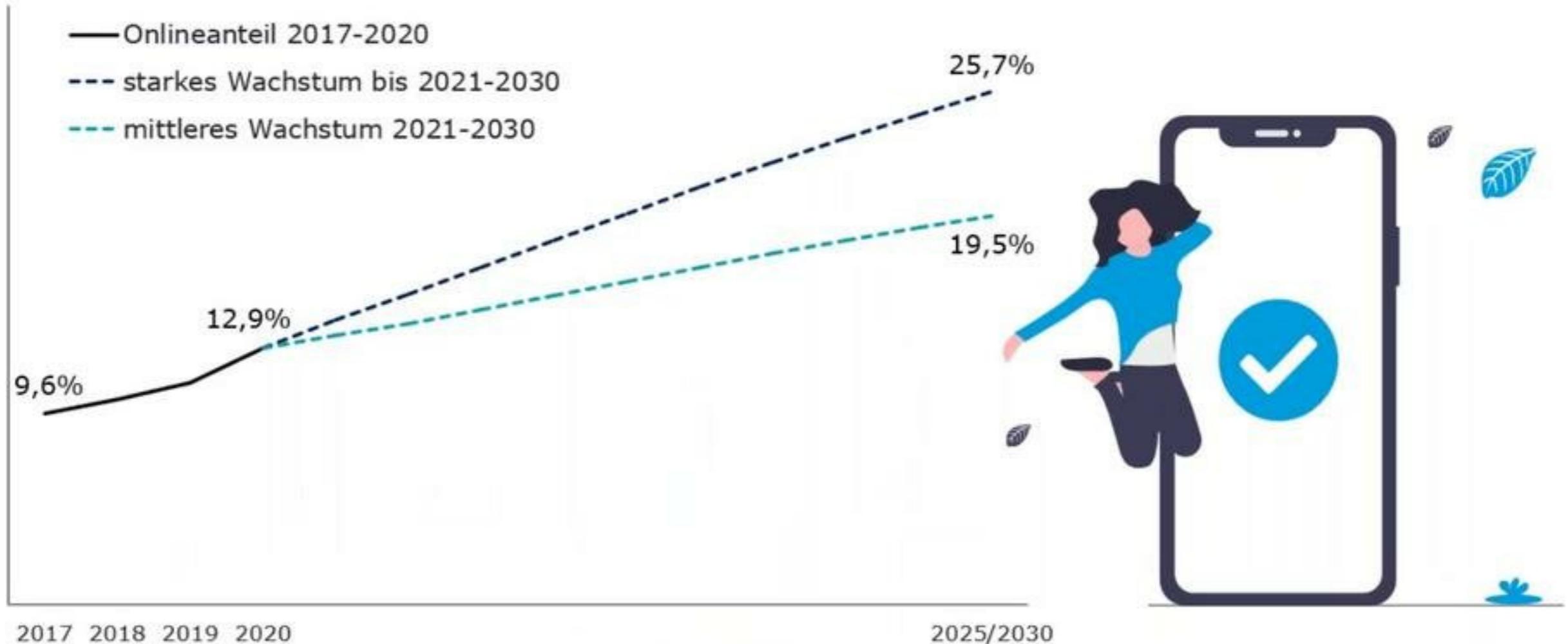


Ich kaufe im Internet ein, weil ich mich vor einer Ansteckung mit dem Coronavirus schützen möchte



INFO n=1.000, repräsentative Onlinebefragung der Bürgerinnen und Bürger in Nordrhein-Westfalen

Der Onlinehandel (in %) nagt an den Besuchsfrequenzen der Innenstädte und anderer Handelsstandorte – auch in Nordrhein-Westfalen.

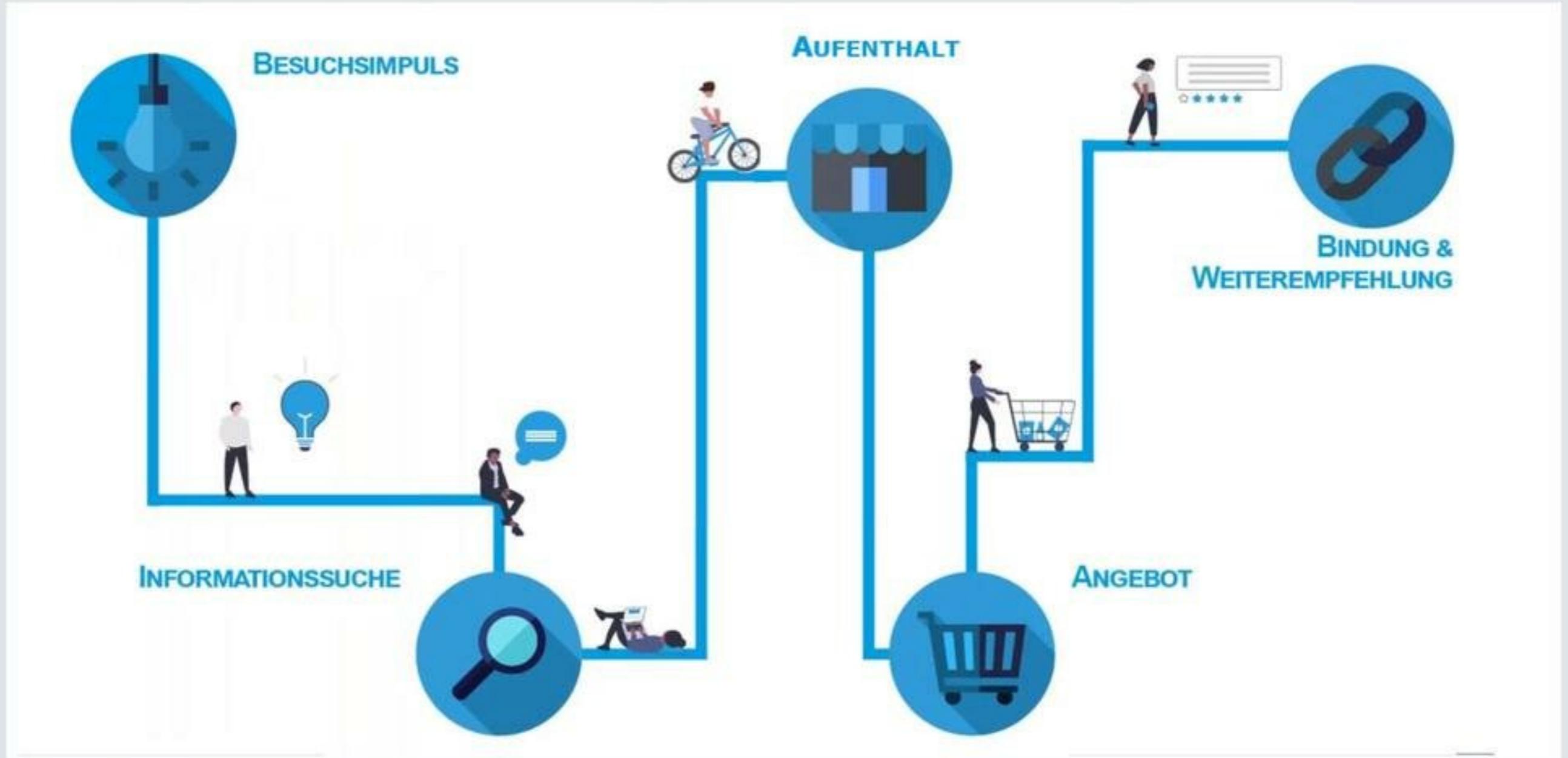


**... was also tun mit
innerstädtischen Handelsstandorten?**



HANDLUNGSFELD 1:

KUNDENZENTRIETE (WIEDER-)
BELEBUNG: OPTIMIERUNG
ENTLANG DER VISITOR
JOURNEY



Aufgaben- und Maßnahmenpriorisierung aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger, TOP-10 (Nordrhein-Westfalen)



FRAGE „In welchen Bereichen sollte Ihre Stadt/Gemeinde aktiv werden, wenn es darum geht, die Attraktivität und Vitalität der Innenstadt bzw. des Ortszentrums zu erhöhen?“

INFO n=1.000, repräsentative Onlinebefragung der Bürgerinnen und Bürger in Nordrhein-Westfalen; Priorisierung auf einer Skala von 0 bis 100; 0: sehr niedrige/keine Priorität, 100: sehr hohe Priorität

Aufgaben- und Maßnahmenpriorisierung aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger, TOP-10 (Nordrhein-Westfalen)



**Innenstadtstrategien:
VOR DER KÜR
KOMMT DIE PFLICHT:
Basisfaktoren bedienen!**

FRAGE „In welchen Bereichen sollte Ihre Stadt/Gemeinde aktiv werden, wenn es darum geht, die Attraktivität und Vitalität der Innenstadt bzw. des Ortszentrums zu erhöhen?“

INFO n=1.000, repräsentative Onlinebefragung der Bürgerinnen und Bürger in Nordrhein-Westfalen; Priorisierung auf einer Skala von 0 bis 100; 0: sehr niedrige/keine Priorität, 100: sehr hohe Priorität



HANDLUNGSFELD 1:

KUNDENZENTRIETE (WIEDER-) BELEBUNG: OPTIMIERUNG ENTLANG DER VISITOR JOURNEY

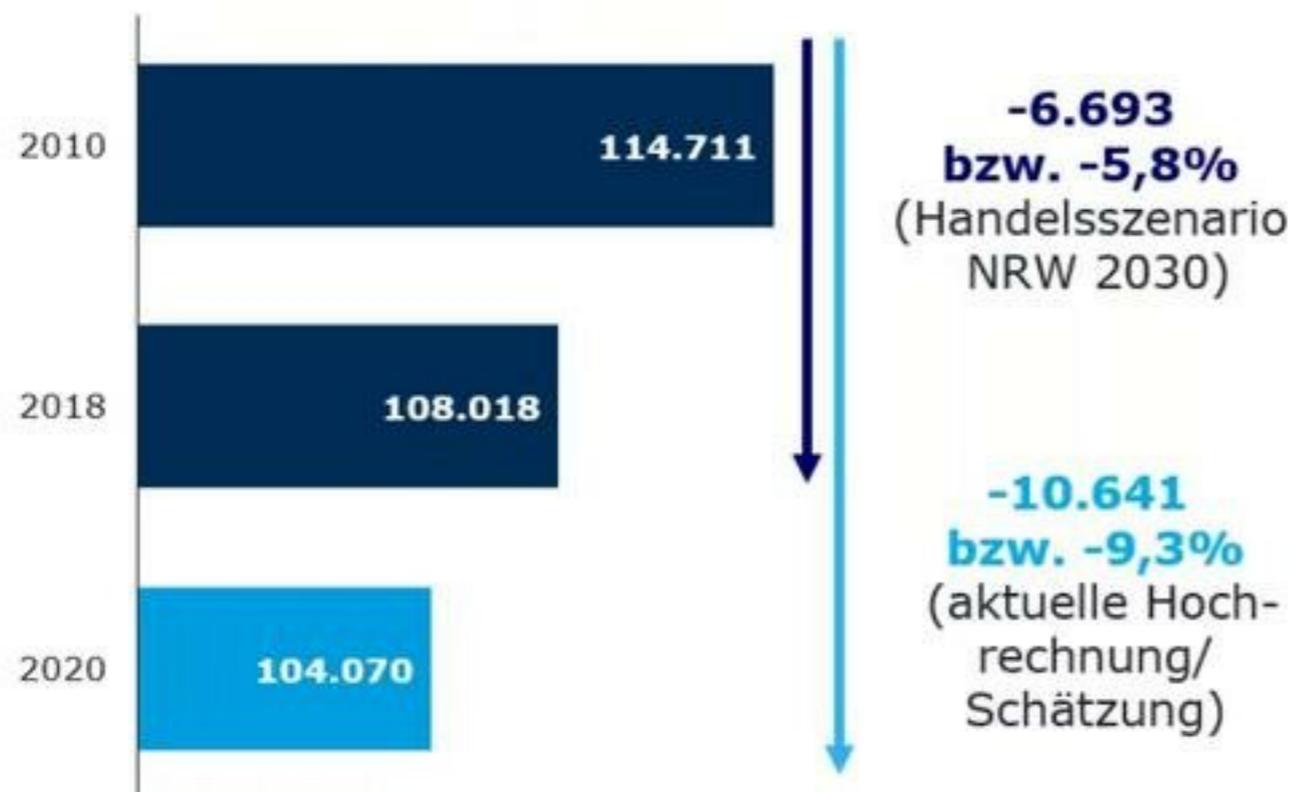


HANDLUNGSFELD 2:

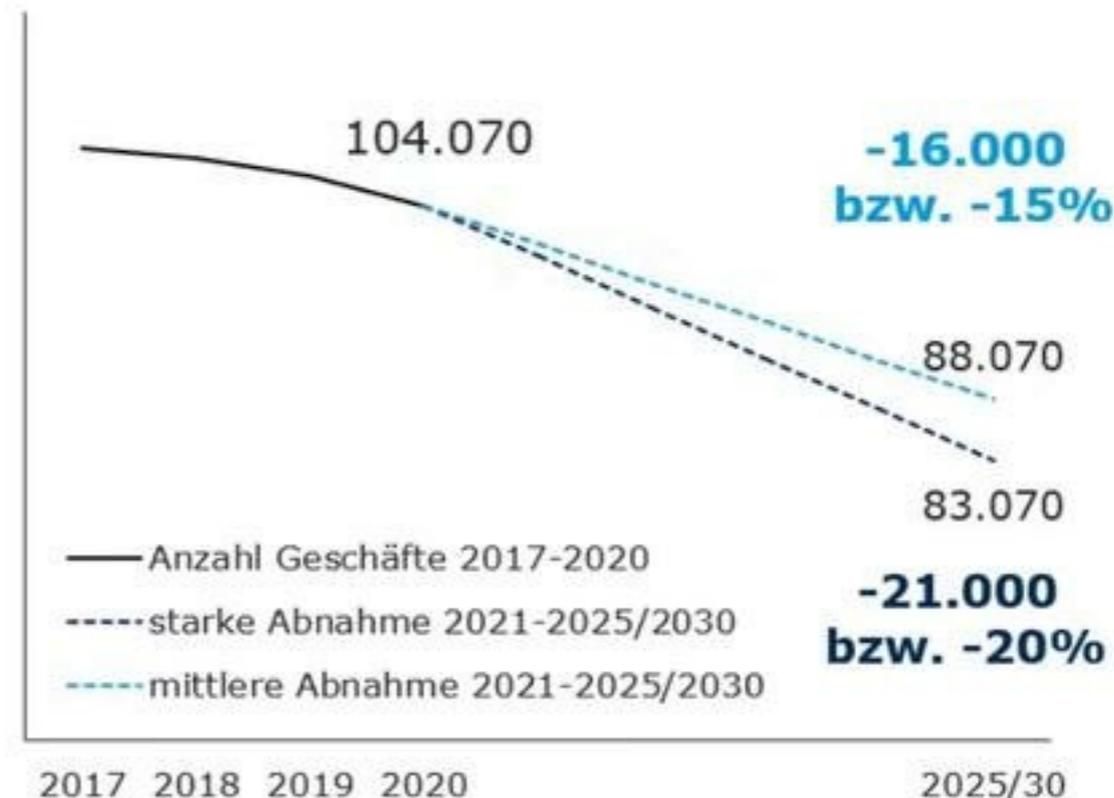
ZUSAMMENARBEIT STÄRKEN: HANDLUNGSFÄHIGE UND RESILIENTE STRUKTUREN SCHAFFEN

Vor, während und nach der Coronakrise: Geschäftsschließungen im Einzelhandel in NRW an der Tagesordnung

Entwicklung bis heute



Prognose für die nächsten Jahre



1. Aufbau von örtlichem Handelskümmerer mit Kölner Community

- Vernetzen
- Moderieren
- Initiieren
- Dokumentieren



2. Etablierung der Idee mit Aufbau eines lokalen Dachverein der IGs

- Sprachrohr
- Dialog
- Befähigung
- Projektierung



Veedel lieben e.V.

3. Entwicklung (digitaler) Lösungen zur Stärkung der lokalen Wirtschaft

- Gutscheine
- Lieferservices
- Digitale(s) Portal/ Serviceplattform



VEEDEL LIEBEN.DE

COMING SOON

Köln ist herzlich, wir sind best
„Alle ist ein Köln“

1. Aufbau von örtlichem Handelskümmerer mit Kölner Community

- Verne...
- Moder...
- Initie...
- Dokur...



2. Etablierung der Idee mit Aufbau eines lokalen Dachverein der IGs

Entwicklung einer lokalen Mitmach-Charta

Veedel lieben e.V.

3. Entwicklung (digitaler) Lösungen zur Stärkung der lokalen Wirtschaft

es
portal/
form



VEEDEL LIEBEN.DE

COMING SOON

Köln ist herzlich, wir sind best
„Alle für ein Köln“



HANDLUNGSFELD 1:

KUNDENZENTRIETE (WIEDER-) BELEBUNG: OPTIMIERUNG ENTLANG DER VISITOR JOURNEY



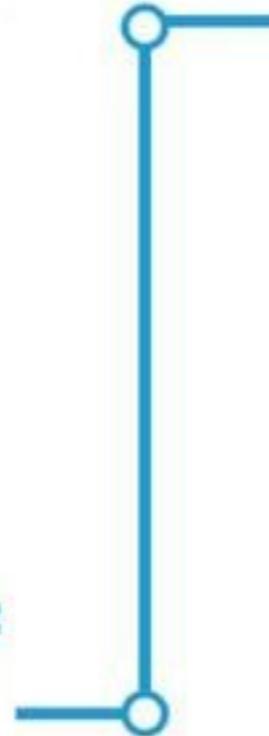
HANDLUNGSFELD 2:

ZUSAMMENARBEIT STÄRKEN: HANDLUNGSFÄHIGE UND RESILIENTE STRUKTUREN SCHAFFEN

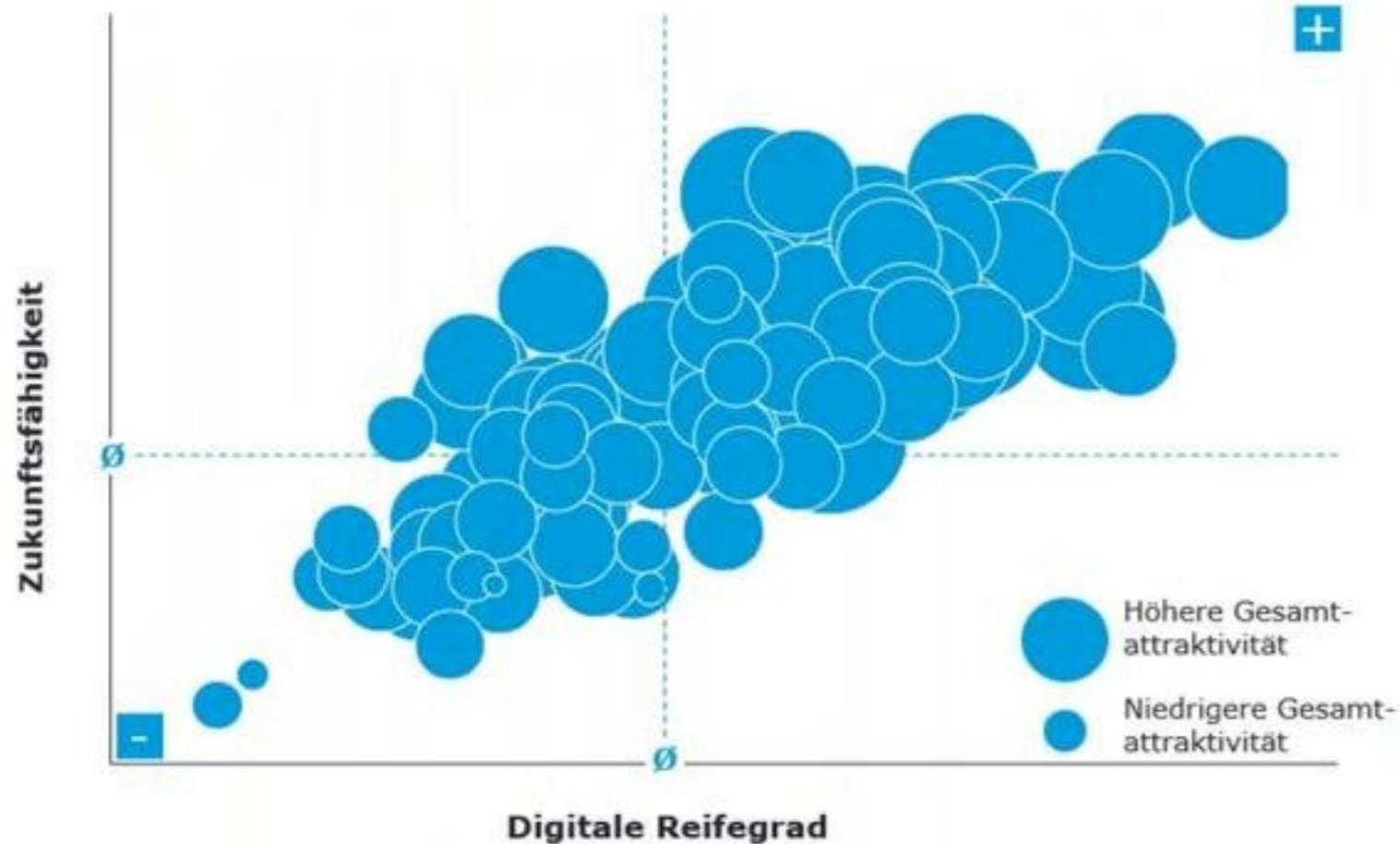


HANDLUNGSFELD 3:

CHANCEN DER DIGITALISIERUNG NUTZEN: VERNETZEN, VERBESSERN, VEREDELN



Zukunftsfähigkeit und digitaler Reifegrad in deutschen Innenstädten



66%

denken, dass Händlerinnen und Händler in ihrer Stadt oder Gemeinde **großen Nachholbedarf** haben, wenn es um das Thema Digitalisierung und Onlinehandel geht.





Quelle: In Anlehnung an VITAIL – Kompetenzforum für Handel und Vitale Innenstädte

○ Handelsperspektive ● Besucherperspektive

Wichtig:
Nicht nur pilotieren, sondern nachhaltigen Betrieb sichern!



HANDLUNGSFELD 1:

KUNDENZENTRIETE (WIEDER-) BELEBUNG: OPTIMIERUNG ENTLANG DER VISITOR JOURNEY



HANDLUNGSFELD 2:

ZUSAMMENARBEIT STÄRKEN: HANDLUNGSFÄHIGE UND RESILIENTE STRUKTUREN SCHAFFEN



HANDLUNGSFELD 3:

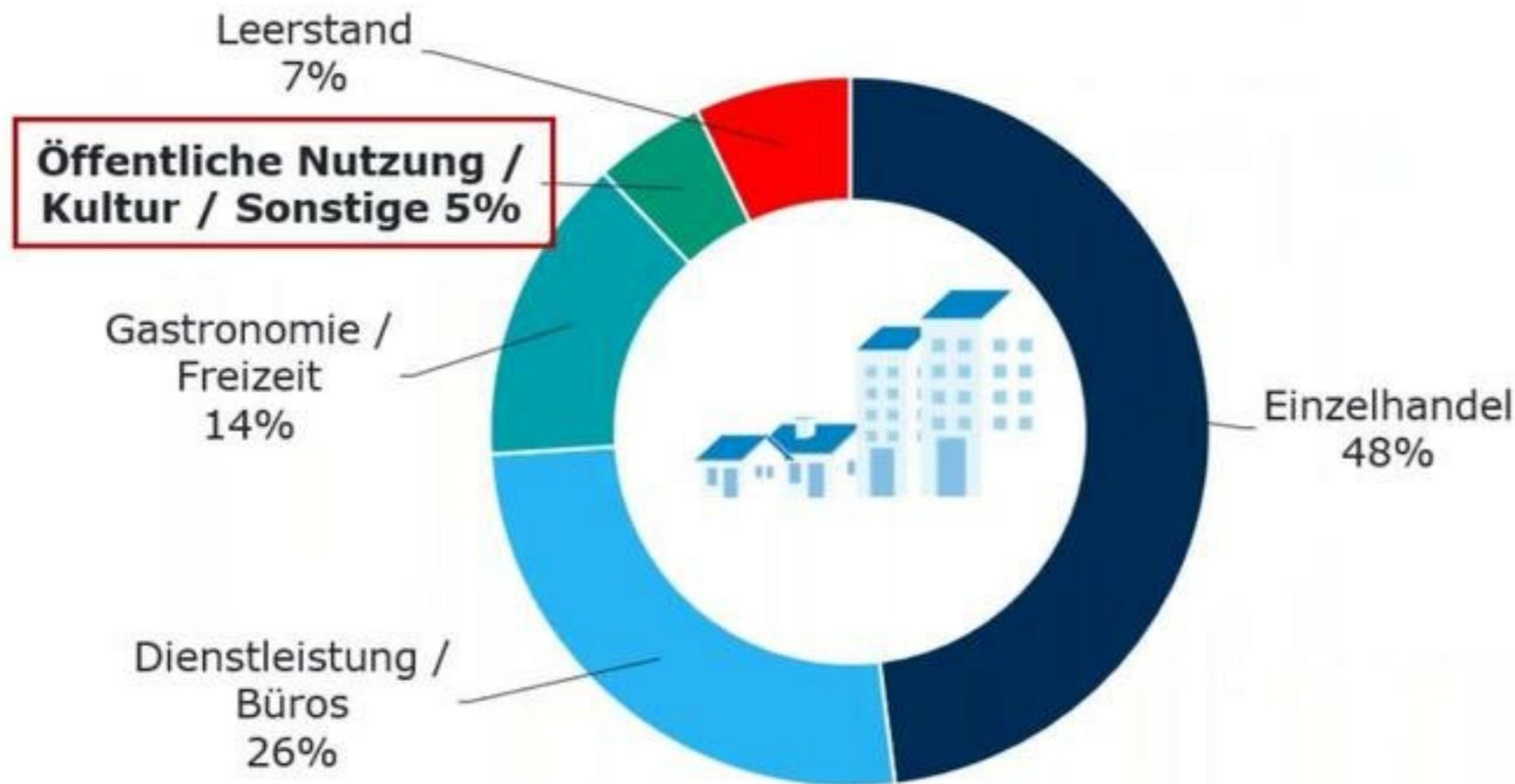
CHANCEN DER DIGITALISIERUNG NUTZEN: VERNETZEN, VERBESSERN, VEREDELN



HANDLUNGSFELD 4:

LEERSTAND BEGEGNEN: MULTIFUNKTIONALITÄT UND ANGEBOTSVIELFALT SICHERN – INNOVATIONEN VERPROBEN

Einzelhandelsnutzungen dominieren – Leerstände alarmieren: Die Leerstandsquote liegt im Schnitt bei rund sieben Prozent, in der Spitze bei etwa 14 Prozent (kurz vor Start der Corona-Lockdowns).



Standortanalysen / Einzelhandelsgutachten bis kurz vor dem Start der City-Lockdowns:

Die Ortsbegehungen in 14 Beispielkommunen in Nordrhein-Westfalen im Rahmen der Standortanalyse erfolgten zwischen Dezember 2019 und März 2020. Dabei wurden Nutzungsstrukturen, Leerstand und bspw. der Filialisierungsgrad der Innenstädte und Ortszentren untersucht.

Lokaler Handel allein reicht nicht: Aus der traditionellen Zweierbeziehung von Stadt und Handel wird eine offene Mehrfachbeziehung. Bürgerinnen und Bürger fordern Multifunktionalität der Innenstädte.





HANDLUNGSFELD 1:

KUNDENZENTRIETE (WIEDER-) BELEBUNG: OPTIMIERUNG ENTLANG DER VISITOR JOURNEY



HANDLUNGSFELD 2:

ZUSAMMENARBEIT STÄRKEN: HANDLUNGSFÄHIGE UND RESILIENTE STRUKTUREN SCHAFFEN



HANDLUNGSFELD 3:

CHANCEN DER DIGITALISIERUNG NUTZEN: VERNETZEN, VERBESSERN, VEREDELN



HANDLUNGSFELD 4:

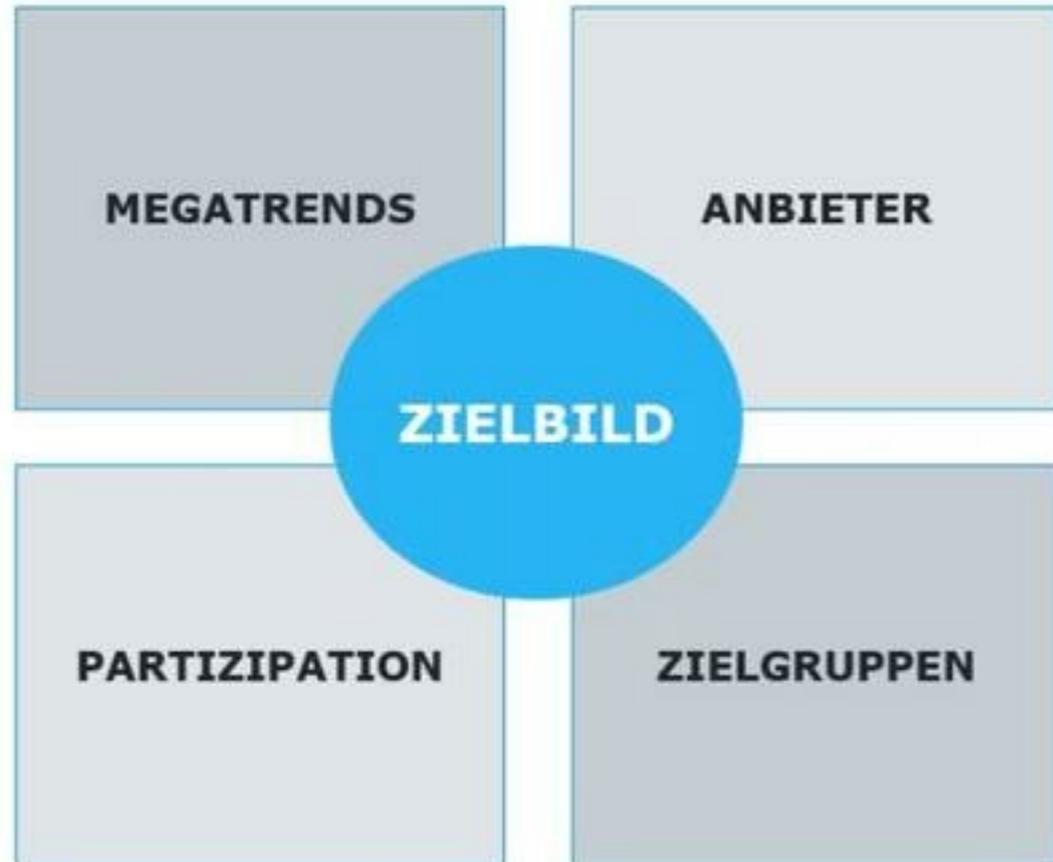
LEERSTAND BEGEGNEN: MULTIFUNKTIONALITÄT UND ANGEBOTSVIELFALT SICHERN – INNOVATIONEN VERPROBEN



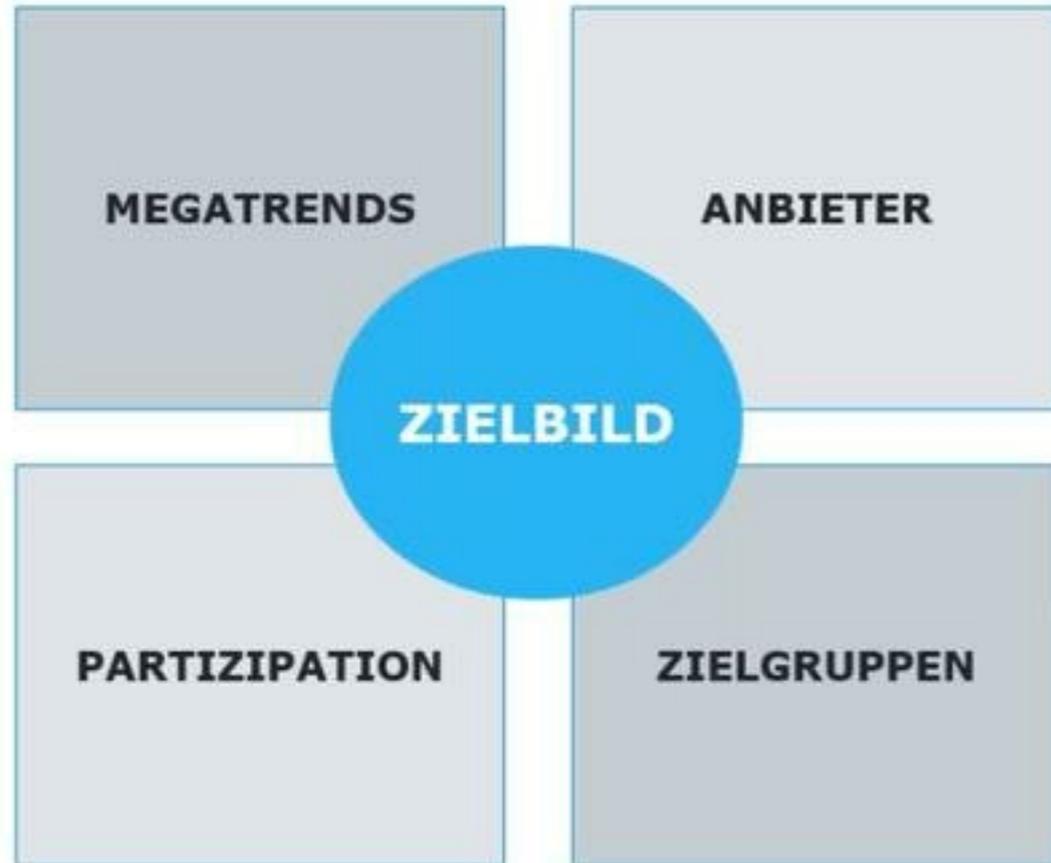
HANDLUNGSFELD 5:

HANDELSSTANDORTE AKTIV ENTWICKELN – NEUE WEGE GEHEN

Mit neuen Herleitungsprozessen zu neuen Geschäftsmodellen für die Innenstadt



Mit neuen Herleitungsprozessen zu neuen Geschäftsmodellen für die Innenstadt



NEUE GESCHÄFTSMODELLE

- Vermarktung im lokalen Datenraum
- Stadt als Accelerator verstehen
- Aufbau lokaler Innovationsteams
- Entwicklung digitale Bürgerkarte mit kombinierten Services
- Neue urbane Intralogistiklösungen



HANDLUNGSFELD 1:

KUNDENZENTRIETE (WIEDER-) BELEBUNG: OPTIMIERUNG ENTLANG DER VISITOR JOURNEY



HANDLUNGSFELD 2:

ZUSAMMENARBEIT STÄRKEN: HANDLUNGSFÄHIGE UND RESILIENTE STRUKTUREN SCHAFFEN



HANDLUNGSFELD 3:

CHANCEN DER DIGITALISIERUNG NUTZEN: VERNETZEN, VERBESSERN, VEREDELN



HANDLUNGSFELD 4:

LEERSTAND BEGEGNEN: MULTIFUNKTIONALITÄT UND ANGEBOTSVIELFALT SICHERN – INNOVATIONEN VERPROBEN



HANDLUNGSFELD 5:

HANDELSSTANDORTE AKTIV ENTWICKELN – NEUE WEGE GEHEN



HANDLUNGSFELD 1:

KUNDENZENTRIERT
BELEBUNG: C
ENTLANG D
JOU



HANDLUNGSFELD 2:

ZUSAMMENAR
HANDLUNGSFAHIGE UND
RESILIENTE STRUKTUREN
SCHAFFEN

Also:

**Förderlandschaft nutzen
und Projekte/
Reallabore starten!**



HANDLUNGSFELD 5:

STANDORTE AKTIV
ENTWICKELN – NEUE
PROJEKTE GEHEN



MULTIFUNKTIONALITÄT UND
ANGEBOTSVIELFALT SICHERN –
INNOVATIONEN VERPROBEN

VIELEN DANK FÜR IHR INTERESSE – WIR FREUEN UNS AUF DEN DIALOG!



Dr. Oliver Breiden

Referatsleiter Handel MWIDE NRW

+49 211/61772-637

oliver.breiden@mwide.nrw.de



Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

Referat VIII C 2

Handel, Dienstleistungen,
Logistik



Boris Hedde

Geschäftsführer IFH KÖLN

+49 221 943607-11

b.hedde@ifhkoeln.de

IFH KÖLN

Erfolgreich im Handeln

IFH Köln GmbH

Dürener Str. 401 b
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10

www.ifhkoeln.de

 [@ifhkoeln](https://twitter.com/ifhkoeln)

 [/company/ifh-koeln-gmbh](https://www.linkedin.com/company/ifh-koeln-gmbh)