

INFORMATION
für Bürgerinnen und Bürger

Drogerie- fachmarkt Elsen

10. September 2019

WILLKOMMEN

Begrüßung und Einführung

Claudia Warnecke _ Technische Beigeordnete der Stadt Paderborn

WILLKOMMEN

Hinweise zum Ablauf der Veranstaltung

Elke Frauns _ büro frauns, Münster

PROGRAMM

INFORMATION

Vorstellung der gutachterlichen Untersuchungsergebnisse

GESPRÄCH MIT DER BÜRGERSCHAFT

Fragen, Meinungen und Anregungen

INFORMATION

Vorstellung der gutachterlichen Untersuchungsergebnisse

Marc Föhler _ STADT + HANDEL, Dortmund

Präsen- tation

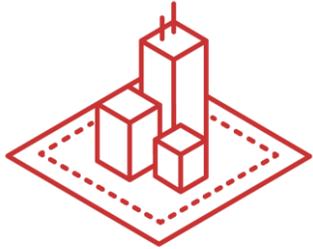
Drogeriefachmarkt Elsen

Bürgerveranstaltung | 10.09.2019

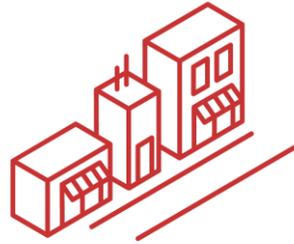
Dipl.-Ing. Marc Föhrer

STADT+HANDEL

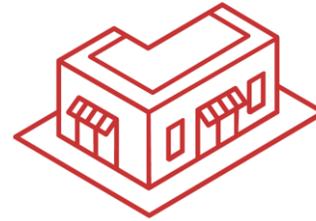
bundesweit tätig für öffentliche und private Auftraggeber



Stadtentwicklung



Innenstadtentwicklung



Projektentwicklung



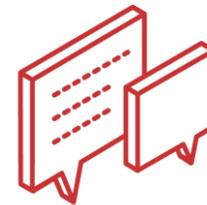
Invest/Assetmanagement



Stadtmarketing



BID & Standortgemeinschaften



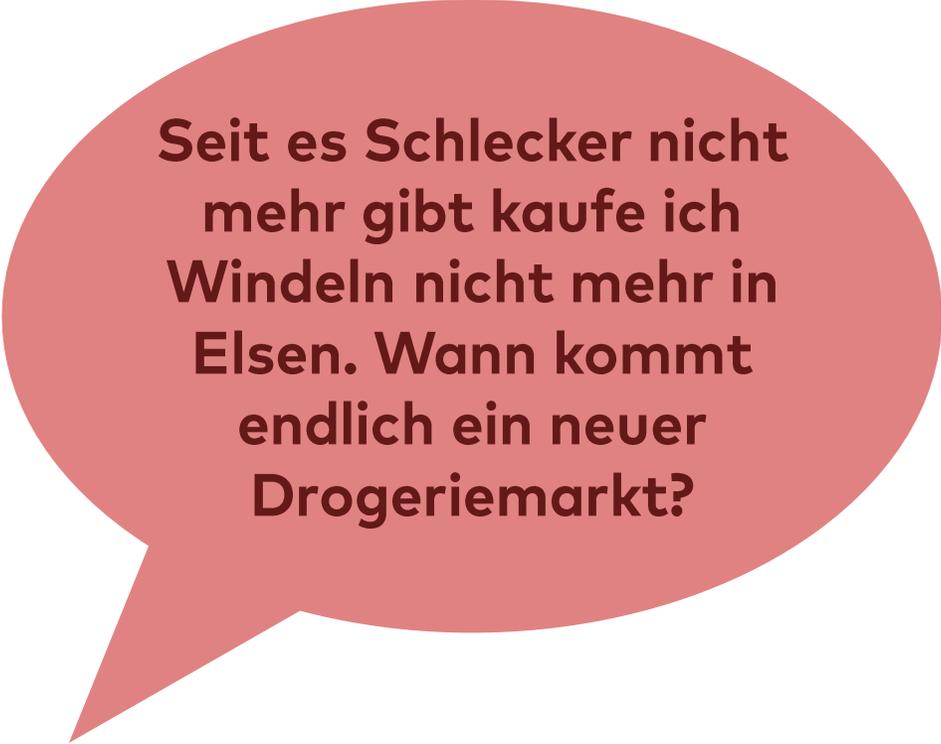
Kommunikation



Forschung

Seit es Schlecker nicht mehr gibt kaufe ich Windeln nicht mehr in Elsen. Wann kommt endlich ein neuer Drogeriemarkt?

Ich war am Wochenende im Ruhrgebiet... Gut, dass es in Elsen noch ein funktionierendes Zentrum gibt!



**Seit es Schlecker nicht
mehr gibt kaufe ich
Windeln nicht mehr in
Elsen. Wann kommt
endlich ein neuer
Drogeriemarkt?**

Was ist passiert...?

Schlecker ist Vergangenheit...



Quelle: Echter (Wikimedia CC BY-SA 3.0).

Was ist passiert...?

... es bleiben dm und Rossmann!

ROSSMANN

dm



Das heißt...

Schöne, neue Drogeriemarkt-Welt!



Quelle: Foto Stadt+ Handel.

STADT+HANDEL

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Bürgerveranstaltung: Ein Drogeriemarkt für Elsen

Das heißt...

Aber auch höhere Standortanforderungen...

Repräsentative
Schaufensterfront

ca. 50 eigene
Parkplätze

gute
Einsehbarkeit

ca. 20.000 Einwohner
im Einzugsbereich

gute
Verkehrsanbindung

Stadtteile ab ca.
6.000 Einwohner

Shopping-Center mit hoher
Kundenfrequenz

1A- bis 1B-Lagen
in Innenstädten

400 bis 1.000 m²
Verkaufsflächenbedarf

Stadtteilzentren

mindestens 500 m²
ebenerdige Verkaufsfläche

Solitärlage an
Hauptverkehrsstraßen

Attraktive Einkaufs- und
Fachmarktzentren mit
lukrativem Branchenmix

Das heißt...

Aber auch höhere Standortanforderungen...

Repräsentative
Schaufensterfront

ca. 50 eigene
Parkplätze

gute
Einsehbarkeit

ca. 20.000 Einwohner
im Einzugsbereich

gute
Verkehrsanbindung

Stadtteile ab ca.
6.000 Einwohner

Shopping-Center mit hoher
Kundenfrequenz

1A- bis 1B-Lagen
in Innenstädten

400 bis 1.000 m²
Verkaufsflächenbedarf

Solitärlage an
Hauptverkehrsstraßen

Stadtteilzentren

Attraktive Einkaufs- und
Fachmarktzentren mit
lukrativem Branchenmix

mindestens 500 m²
ebenerdige Verkaufsfläche

Wo siedeln sich Drogeriefachmärkte an?



Innenstadt (Fußgängerzone)



Stadtteilzentrum



Dezentrale Lage

Wo siedeln sich Drogeriefachmärkte an?

Wie unterscheiden sich die Standorttypen... aus Betreibersicht?



Quelle: Fotos Stadt + Handel.

Wo siedeln sich Drogeriefachmärkte an?

Wie unterscheiden sich die Standorttypen... aus Betreibersicht?

Welche Standorte bevorzugen die Betreiber?
Für welche Standorte werden Betreiber lauter die Werbetrommel rühren?

Innenstadt (Fußgängerzone)

Stadtteilzentrum

Dezentrale Lage

hohe Passantenfrequenzen
hohe Miete
Bestandsimmobilien
Ärger mit
kein Ärger mit
dividuelle
viele
wenig
Parkplätze
Flächenverfügbarkeit
Praktisch, gut
Flächenverfügbarkeit

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

Wo siedeln sich Drogeriefachmärkte an?

Wie unterscheiden sich die Standorttypen... aus Kundensicht?



Quelle: Fotos Stadt + Handel.

Die Standortfrage ist also wichtig!

... und aus verschiedenen Perspektiven zu beurteilen.



Kurze Wegeketten



Räumliche Nähe



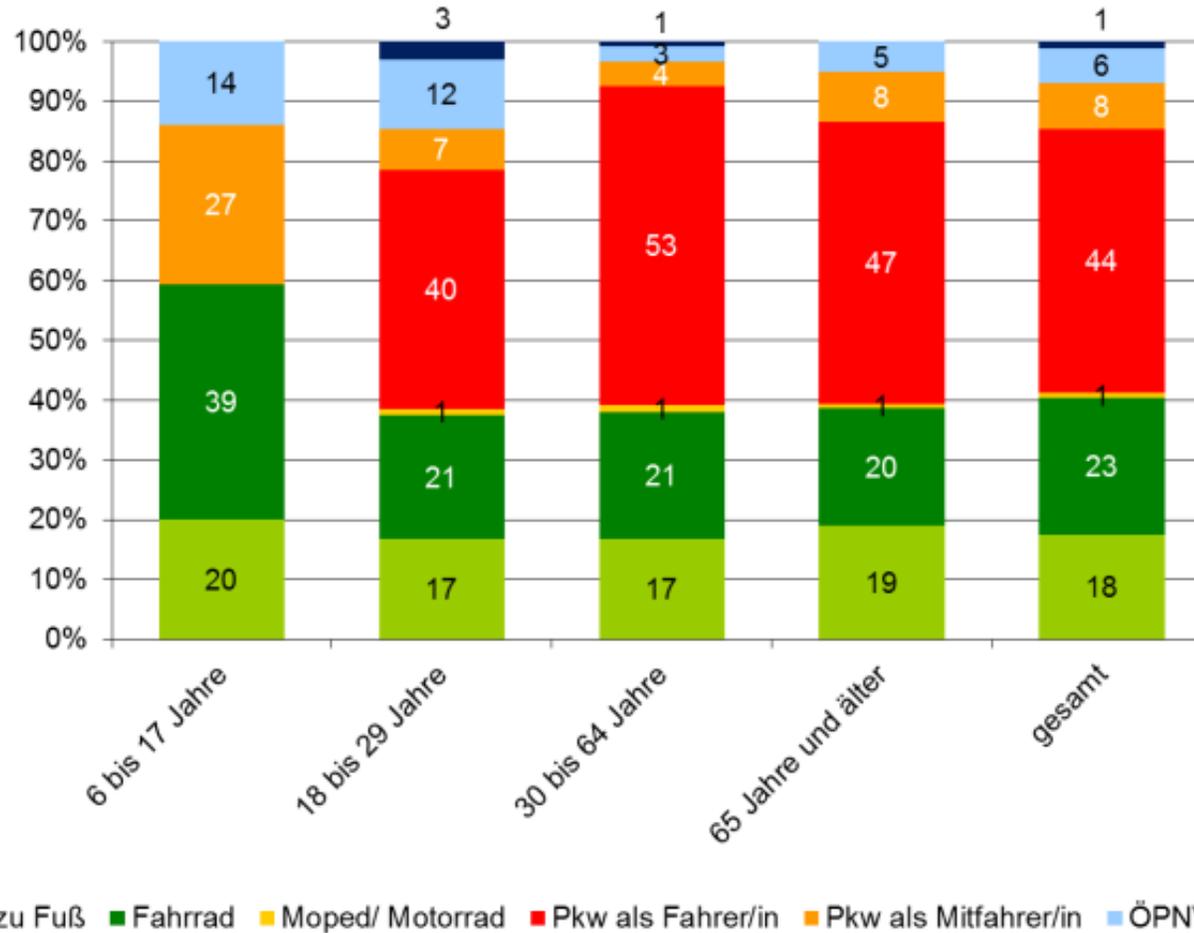
Zeitersparnis



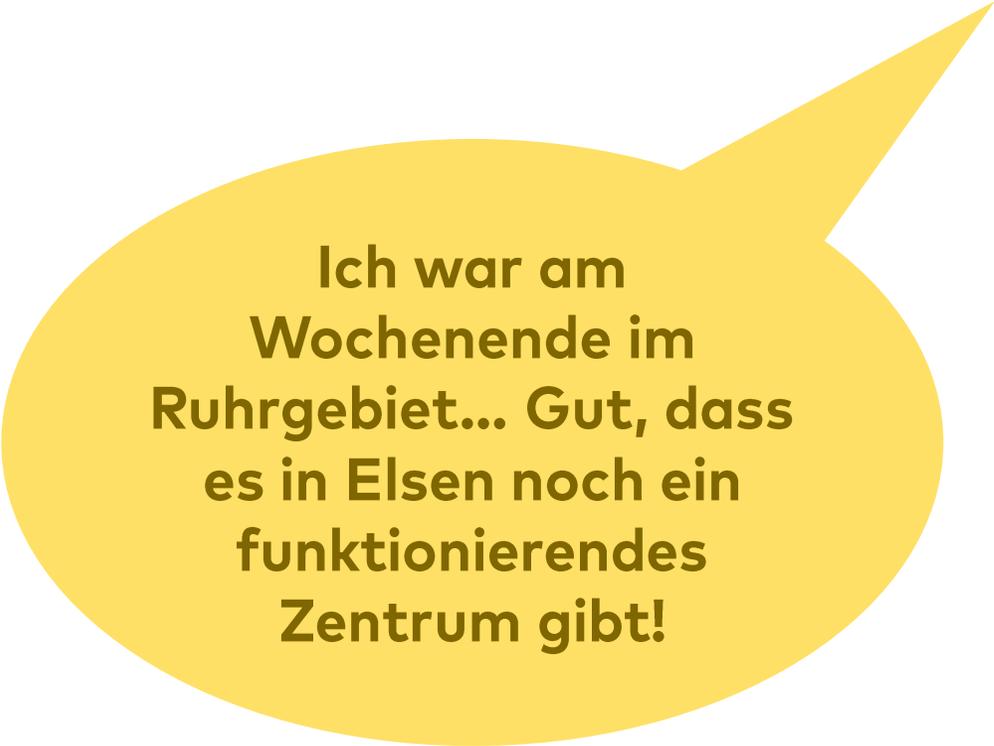
Kopplungsvorteile

Die Standortfrage ist also wichtig!

Verkehrsmittelnutzung nach Alter



Quelle: Stadt Paderborn.



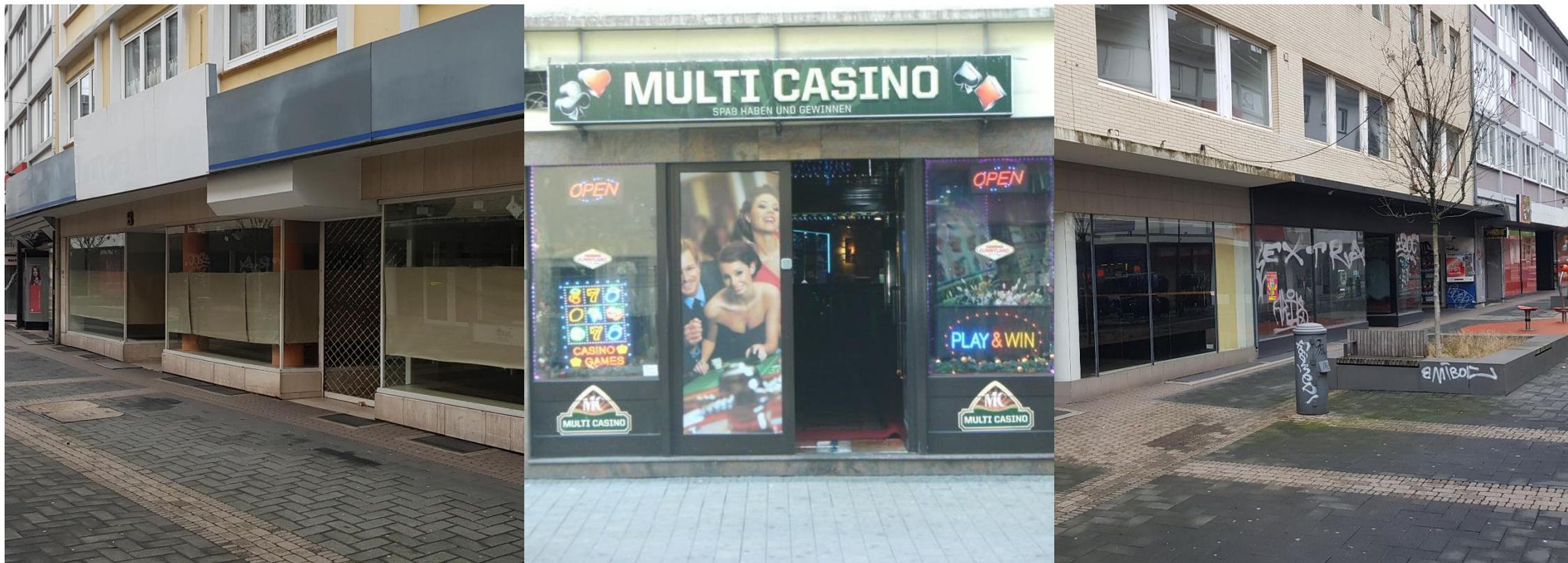
**Ich war am
Wochenende im
Ruhrgebiet... Gut, dass
es in Elsen noch ein
funktionierendes
Zentrum gibt!**

Elsen ist ein lebendiges Zentrum



Quelle: Fotos Stadt Paderborn.

So soll es nicht aussehen!



Quelle: Fotos Stadt + Handel.

Was macht ein funktionierendes Stadtteilzentrum aus?

Es braucht Gründe, ein Zentrum zu besuchen!



Quelle: Fotos Stadt + Handel.

Was macht ein funktionierendes Stadtteilzentrum aus?

Es braucht Gründe, ein Zentrum zu besuchen!



Quelle: Fotos Stadt + Handel.

Was macht ein funktionierendes Stadtteilzentrum aus?

„Frequenzbringer“ sind überlebenswichtig!

„Wir leben von den Krümeln“

Stationär vs. online (I): Wie sich Ingos Spielzeugland ausgerechnet im kleinen Elsen behauptet. Dafür hat Ingo Jahnke gleich mehrere Rezepte – und einen Heimvorteil

von Hans-Hermann Igges

■ **Paderborn.** 3,1 Milliarden Euro geben die Deutschen aktuell jährlich für Spielzeug aus – eine Summe, die nach Angaben des Handelsverband Spielwaren in den letzten Jahren erstaunlich konstant geblieben ist, nachdem sie bis 2016 jedes Jahr wuchs. Gravierend verändert haben sich allerdings in den letzten Jahren die Vertriebswege. Der Fachhandel, noch vor 15 Jahren die Nummer 1, ist ins Hintertreffen geraten.

Dagegen behauptet sich Ingo Jahnke (44) mit „Ingos Spielzeugland“. Und das in Elsen, mit 16.000 Einwohnern zwar nicht der kleinste Paderborner Ortsteil, aber doch auch nicht gerade ein Einkaufsmagnet, der weiter als ein paar Kilometer über seine Gemeindegrenzen Anziehungskraft hätte. 2004 machte sich der gebürtige Elsener in der Hauptstraße, der Von-Ketteler-Straße, mit seinem ersten Spielzeuggeschäft auf 270 Quadratmetern selbstständig. Inzwischen ist er ein paar Hausnummern weitergezogen, auf 330 Quadratmeter. Mit dem Heimvorteil des Spezialwissens über die gewachsene Struktur des von vielen Familien geprägten Elsen im Hin-

terkopf, machte er sich ohne große Marktanalyse, aber doch mit einem bestimmten Gefühl selbstständig, dass es dort durchaus einen gewissen Bedarf an Spielzeug geben müsste. Er sollte Recht behalten.

Jahnke war zudem familiär sozusagen vorbelastet. „Ich habe drei Brüder, und bei uns wurde viel gespielt“, erinnert sich der Geschäftsmann, wie er damals überhaupt auf den Spielzeughandel verfiel. Inzwischen hat er eine eigene Familie mit Kindern, so wie auch seine Brüder. Die fungieren nun zuweilen alle als Spiele-Tester, wenn Jahnke sein Sortiment mal wieder umstellt. Nach dem Motto: Was nach ein paar Mal Spielen in der Ecke landet, wird wohl auch im Laden nicht so erfolgreich sein.

Dabei ist sich Ingo Jahnke durchaus bewusst, welche Rolle sein kleines Geschäft mit zwei Mitarbeitern in Teilzeit, einem Auszubildenden und drei 450-Euro-Kräften im Gesamtmarkt spielt. Er sagt: „Wir leben von den Krümeln, die andere liegen lassen, und sehen uns als Nahversorger, wo man Dinge aus dem unteren und mittleren Preisbereich kauft.“

Besonders große und besonders teure Spiele wie etwa Kickerapparate gibt es denn auch in Ingos Spielzeughäusern

nicht. Jahnke: „Und wenn es an die großen Ausgaben geht, dann fängt das Vergleichen an.“ Deshalb gehe ausgerechnet vom umsatzträchtigen Weihnachtsgeschäft auch viel an ihnen vorbei. Dabei könne man preislich bei den Produkten der großen drei Hersteller im deutschen Markt, nämlich Lego, Playmobil und Schleich, durchaus mithalten, weil diese auch dem Fachhandel wettbewerbsfähige Rabatte gewährten.

Nachdem auch in Paderborn einige große Fachmärkte als Folge ihrer eigenen ruinösen Preisschlachten vom Markt verschwunden seien, sei tatsächlich der Onlinehandel sein Hauptkonkurrent, berichtet Jahnke. Selbst dabei mitzuziehen, sei für ihn aber nur anfangs ein Thema gewesen. Tatsächlich habe er damals mit

dem Verkauf von Zubehör für Kaufläden eine profitable Nische entdeckt. „Doch es dauerte nur ein paar Monate, dann hatten auch andere das Feld für sich entdeckt, und die Preise gingen nach unten“, erinnert sich Jahnke an die Zeit um 2004/2005.

Sein Fazit: „Verkaufen kann man übers Internet alles, aber verdienen auf die Dauer nichts. Es gibt fast immer jemanden, der einen unterbietet – und sei es nur, weil er dringend Geld braucht und ansonsten pleite ist.“

Ausschließlich vom Verkauf von Spielwaren könnten Ingo Jahnke und seine Mitarbeiter aber inzwischen auch nicht mehr existieren. Diese machen nämlich nach eigenen Angaben nur noch 50 Prozent vom Umsatz aus. Die andere Hälfte bestreiten der Be-

reich mit Materialien für die Schule und der Verkauf von Büchern. Schließlich hat Jahnke aktuell auch Elsens einzigen Buchladen, in den man seine Wunschliteratur über Nacht geliefert bekommt.

Offensichtlich schätzen die Kunden in Ingos Spielzeugland mit seinen 20.000 Artikeln die Möglichkeit zur Inspiration, die besonderen Tipps und die Beratung, nicht zuletzt den Einpackservice. Zudem liegt er zentral an der Kirche in unmittelbarer Nachbarschaft eines Supermarktes mit Getränkemarkt und hoher Kundenfrequenz.

„Wir müssen zwar jeden Tag strampeln“, sagt Ingo Jahnke, der dabei gar nicht mal unzufrieden wirkt und hinzufügt: „Aber dafür sind wir als Kleine flexibel und können schnell am Markt reagieren, wenn sich Produkte verändern oder gerade besonders nachgefragt sind. Denn dafür haben die großen Händler viel weniger Gefühl.“ Expansionsgedanken verfolgt der Elsener aber lieber nicht. Er hat Respekt vor der alten Weisheit der Geschäftsleute, wonach der zweite Laden immer der schwerste ist. Und außerdem, so sagt der Elsener: „In den Top-Lagen sind die Mieten so hoch für meine Margen.“

Stationär vs. online

- ◆ **Heute:** Kundennähe statt Größenwahn – Ein Elsener setzt nicht nur auf Spielwaren.
- ◆ **Dienstag:** Zuwendung statt Abwicklung – Die Apotheke steht für das höchste Gut.
- ◆ **Mittwoch:** Auskennen statt Anpreisen – Ein Elek-

tronikhändler will nicht durch Geiz auffallen.
◆ **Donnerstag:** Stationär statt online – Für diesen Shop ist das Internet schon Geschichte.
◆ **Freitag:** Begehrt statt beliebig – Ein Modehaus bringt Altes und Neues zusammen.

Warum ist ein Drogeriemarkt wichtig für das Zentrum?



Stadtbild



ansprechende **Gestaltung**,
hochwertiges **Ambiente**



Größe

Ein Drogeriemarkt passt auch in
kleinere Immobilien

Warum ist ein Drogeriemarkt wichtig für das Zentrum?



✓ Frequenz



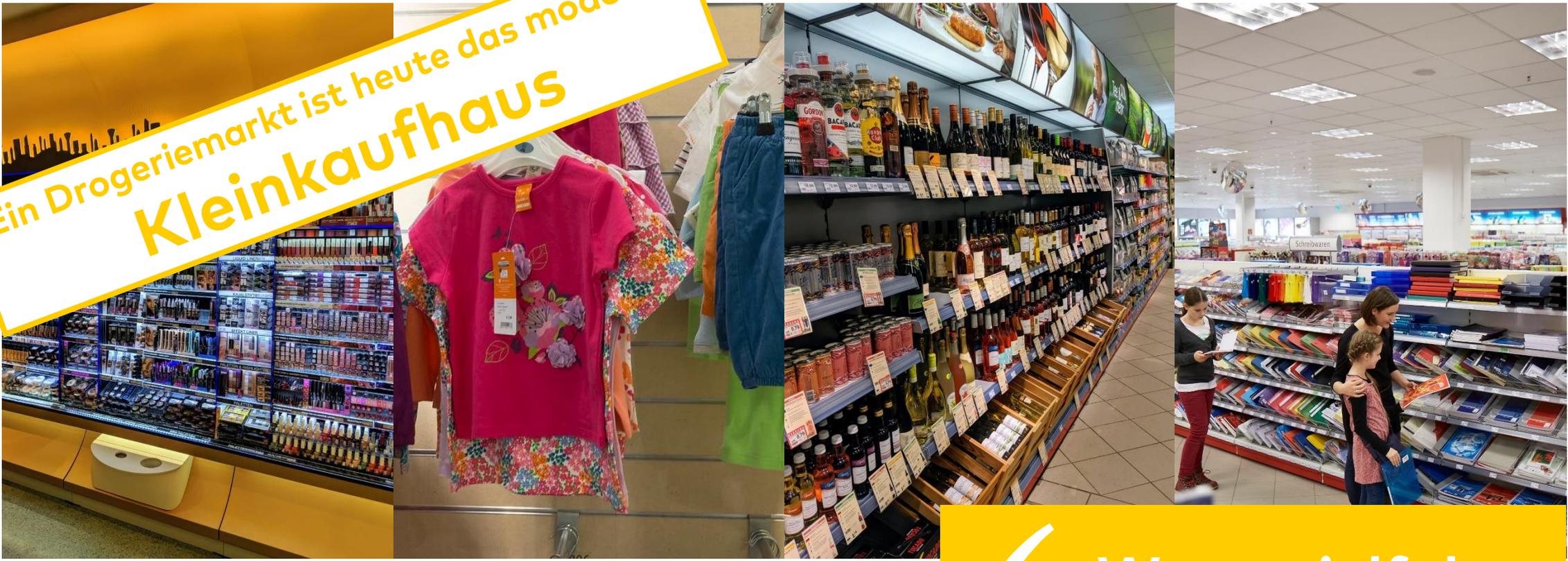
rd. 860 Kunden pro Tag

Quelle: Foto Stadt+ + Handel.

Warum ist ein Drogeriemarkt wichtig für das Zentrum?

Quelle: Fotos Stadt + Handel, Marco Verch (Flickr CC BY 2.0), Anker 81 (Wikimedia CC BY-SA 4.0).

Ein Drogeriemarkt ist heute das moderne
Kleinkaufhaus



✓ **Warenvielfalt**

Warum ist ein Drogeriemarkt wichtig für das Zentrum?



Stadtbild



Frequenz

**Also ab ins Zentrum,
oder was?!**



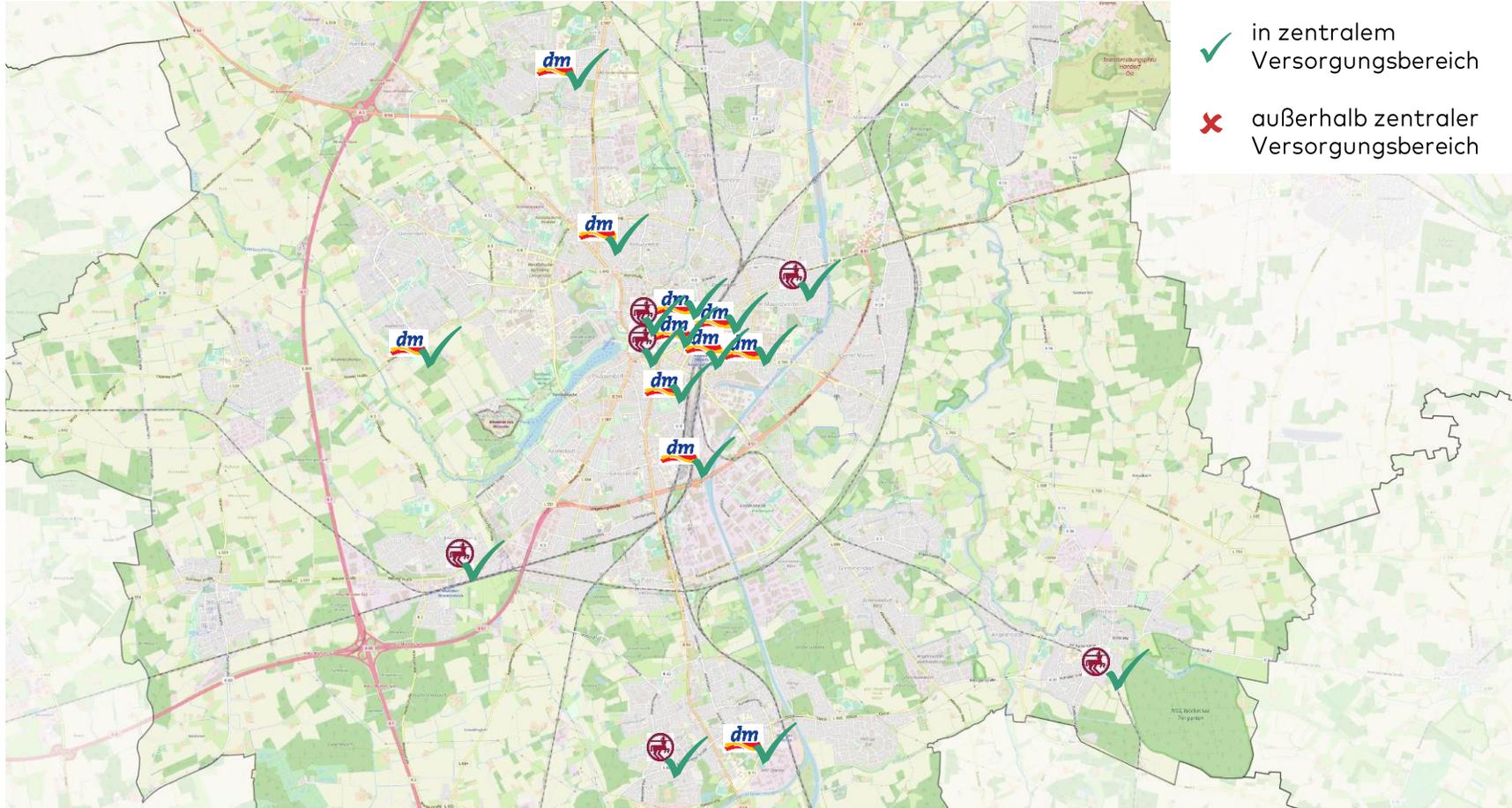
Größe



Warenvielfalt

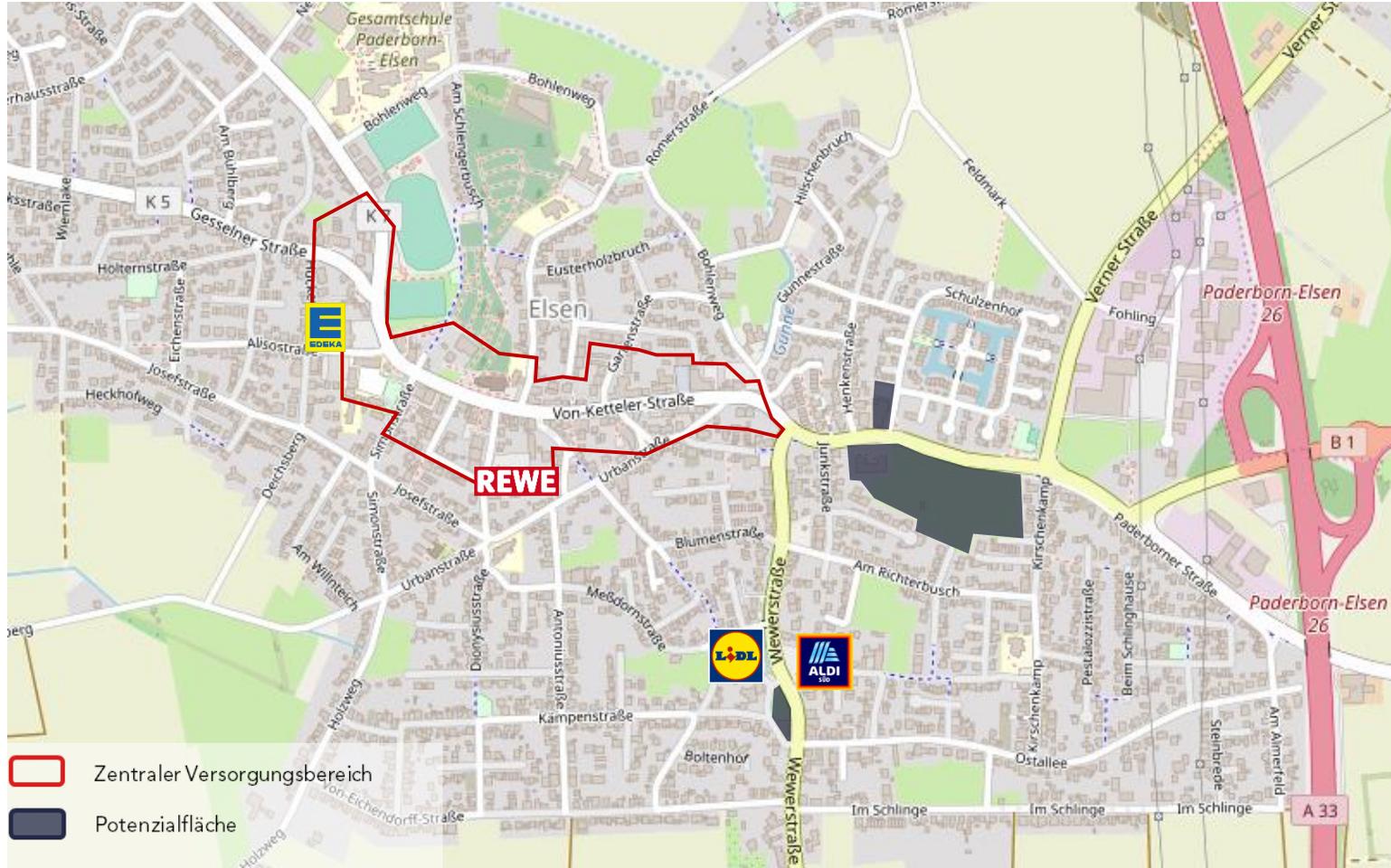
Andere Städte machen es genau so!

Beispiel Münster



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht nach ODbL.

Andere Städte machen es genau so! aber: alles eine Frage der Fläche...



Was ist die beste Fläche in Elsen?

Potenzialflächen außerhalb des Zentrums

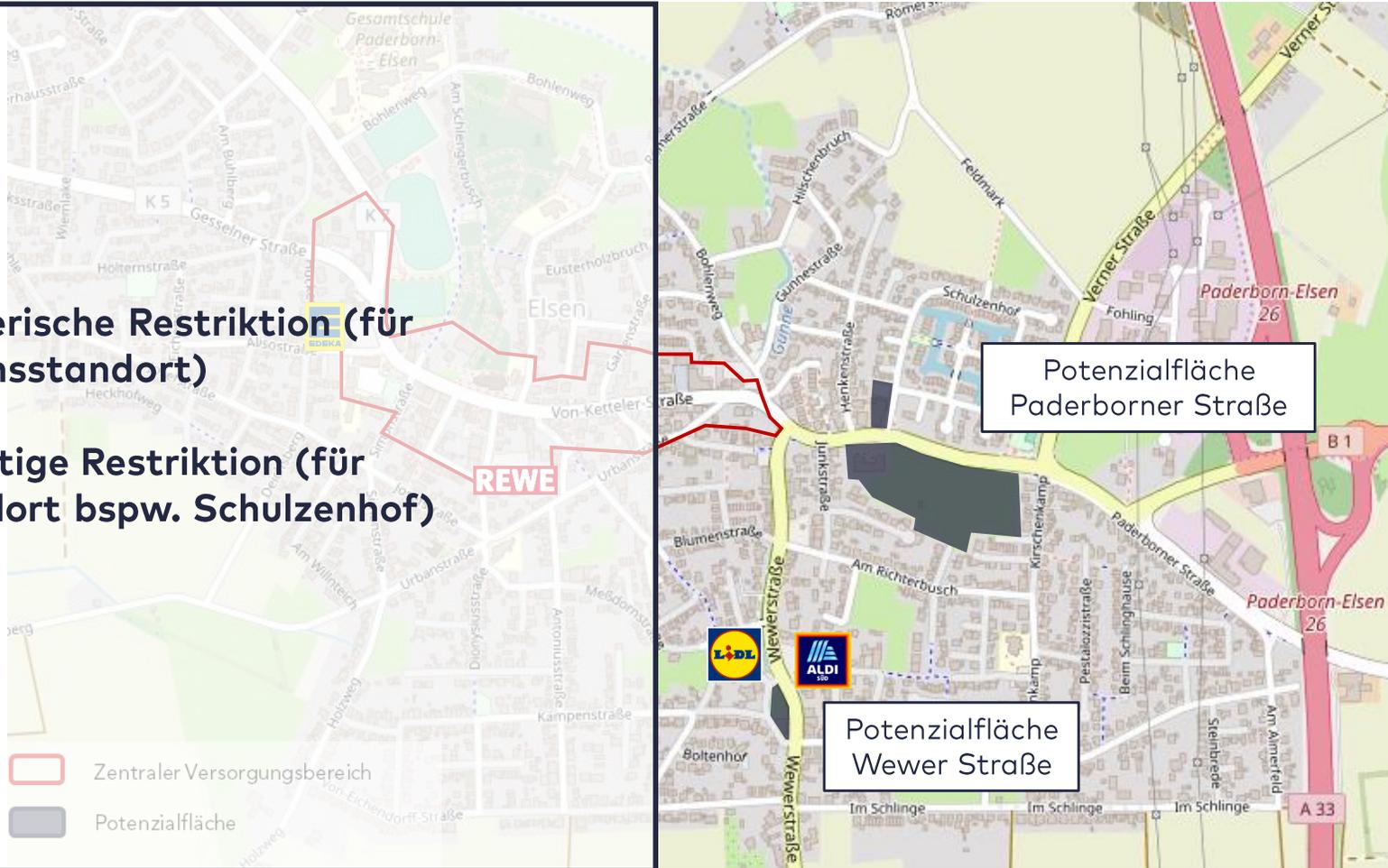
- große bis sehr große Distanz zum Zentrum
- kein Einzelhandel oder Gastronomie im Zwischenbereich
- keine gemeinsame ÖPNV-Erschließung
- städtebauliche Verknüpfung mit dem Zentrum nicht vorhanden
- Entwicklung bliebe ohne positive Auswirkungen für das Zentrum



Was ist die beste Fläche in Elsen?

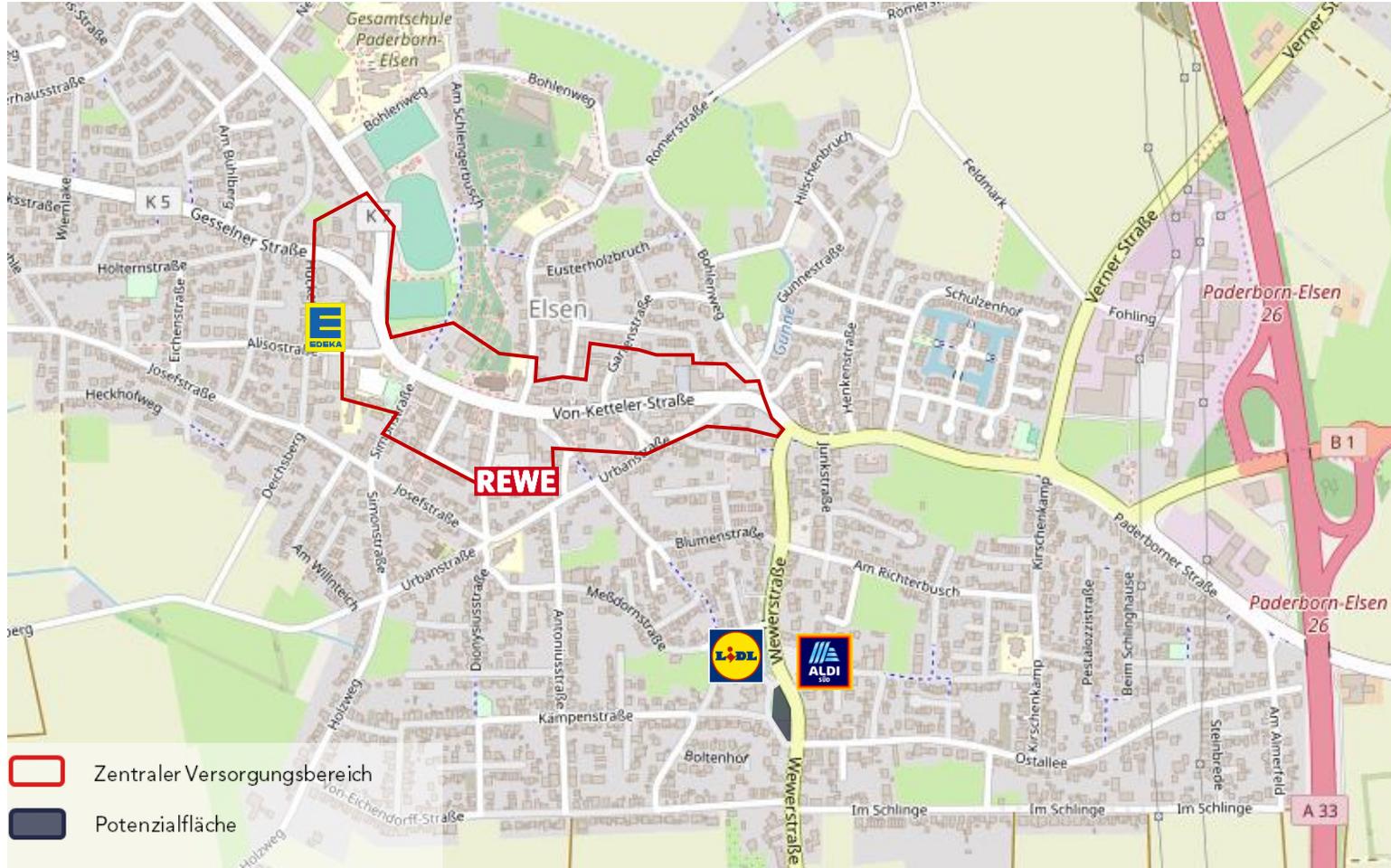
Potenzialflächen außerhalb des Zentrums

- **Landesplanerische Restriktion (für Kombinationsstandort)**
- **Betreiberseitige Restriktion (für Solitärstandort bspw. Schulzenhof)**



Was ist die beste Fläche in Elsen?

Potenzialflächen innerhalb des Zentrums (oder in direkter Nähe)



Was ist die beste Fläche in Elsen?

Potenzialflächen innerhalb des Zentrums (oder in direkter Nähe)



Neue Wege.
Klare Pläne.

STADT+HANDEL

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner PartGmbH**

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen
Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 49
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43

GESPRÄCH

Fragen, Meinungen und Anregungen

Prof. Dr. Olaf Bishopink _ BAUMEISTER Rechtsanwälte Partnerschaft mbH, Münster

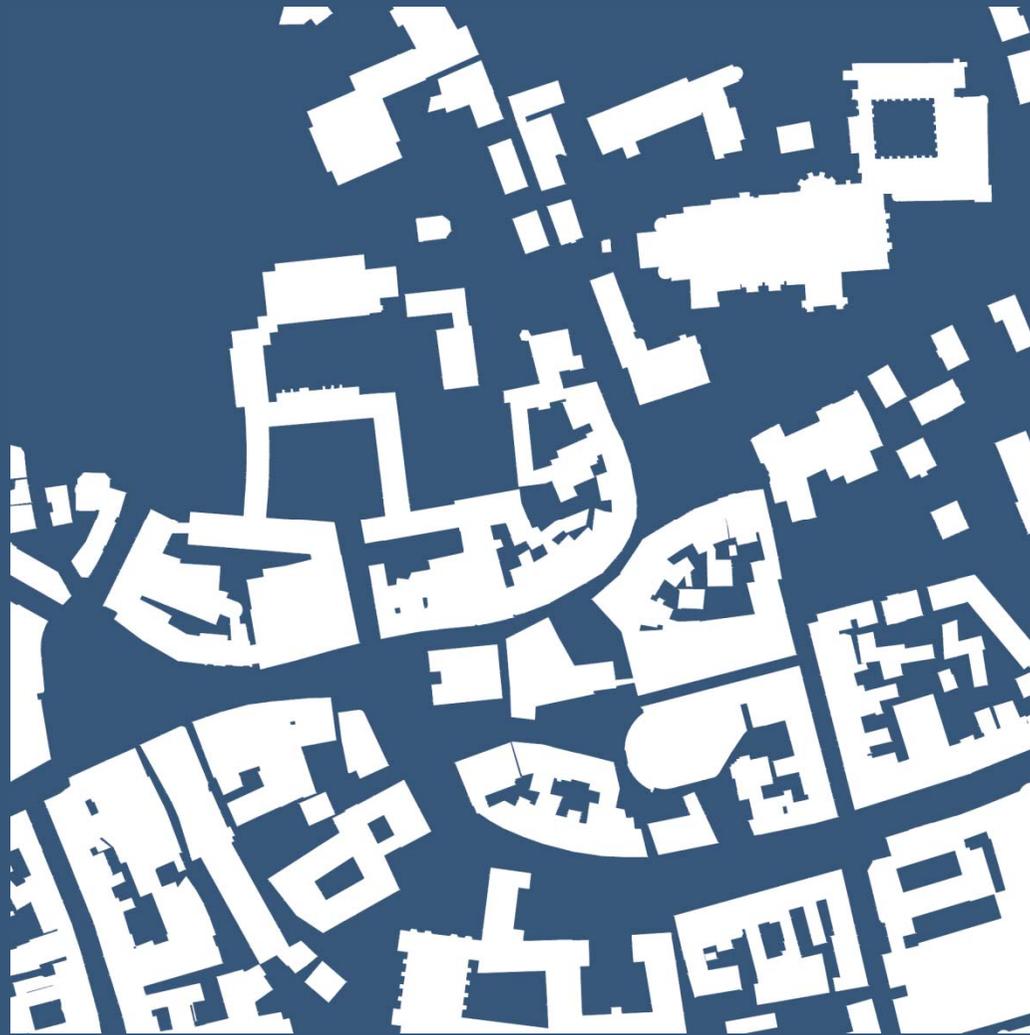
Marc Föhrer _ STADT + HANDEL, Dortmund

Claudia Warnecke _ Technische Beigeordnete der Stadt Paderborn

AUSBLICK

Weiteres Vorgehen

Claudia Warnecke _ Technische Beigeordnete der Stadt Paderborn



DANKE ...
... für Ihr Interesse.