

Er wirkt sich nicht nur auf den Einzelhandel aus, sondern auch auf das Erscheinungsbild unserer Städte.

Der Onlinehandel wächst.

AMAZON IST  
KEINE STADT

„stationär – digital – erfolgreich“

Arne Decker  
Berater

Impulsvortrag - Hannover, 05.03.2020

**cima.**



**CIMA Beratung + Management GmbH**

- gegründet 1988
- 9 Standorte in Deutschland
- rd. 85 Mitarbeiter
- unabhängig und partnergeführt
- CIMA Österreich + CIMA Institut für Regionalwirtschaft



- Stadt+Regionalentwicklung**
- Handel**
- Marketing**
- Digitale Stadt**
- Management**
- Wirtschaftsförderung**
- Immobilien**

30 Jahre Stadtmarketing. 90 Mitarbeiter. 10 Standorte. unabhängig + partnergeführt

**HANDEL**



- Einzelhandelsentwicklung >
- Einzelhandelskonzept >
- Verträglichkeitsgutachten >
- Nahversorgung >

**STADT + REGIONALENTWICKLUNG**



- Stadtentwicklung >
- Stadtplanung >
- Regionaleentwicklung >
- Beteiligung >

**MARKETING**



- Stadtmarketing >
- Citymarketing >
- Regionalmarketing >
- Standortmarketing >

**DIGITALE STADT**



- Online-Präsenz >
- Online-Image >
- Online-Plattformen >

**MANAGEMENT**



- Citymanagement >
- Quartiersmanagement >
- Geschäftsstraßenmanagement >
- Organisationsberatung >
- Personalberatung >

**WIRTSCHAFT**



- Wirtschaftsförderung >
- Regionalwirtschaft >
- Tagungs- und Kongresswirtschaft >
- Tourismuswirtschaft >

**IMMOBILIEN**



- Immobilienentwicklung >
- Gewerbeflächenentwicklung >
- Wohnflächenentwicklung >
- Markt- und Standortanalyse >

**WISSEN**

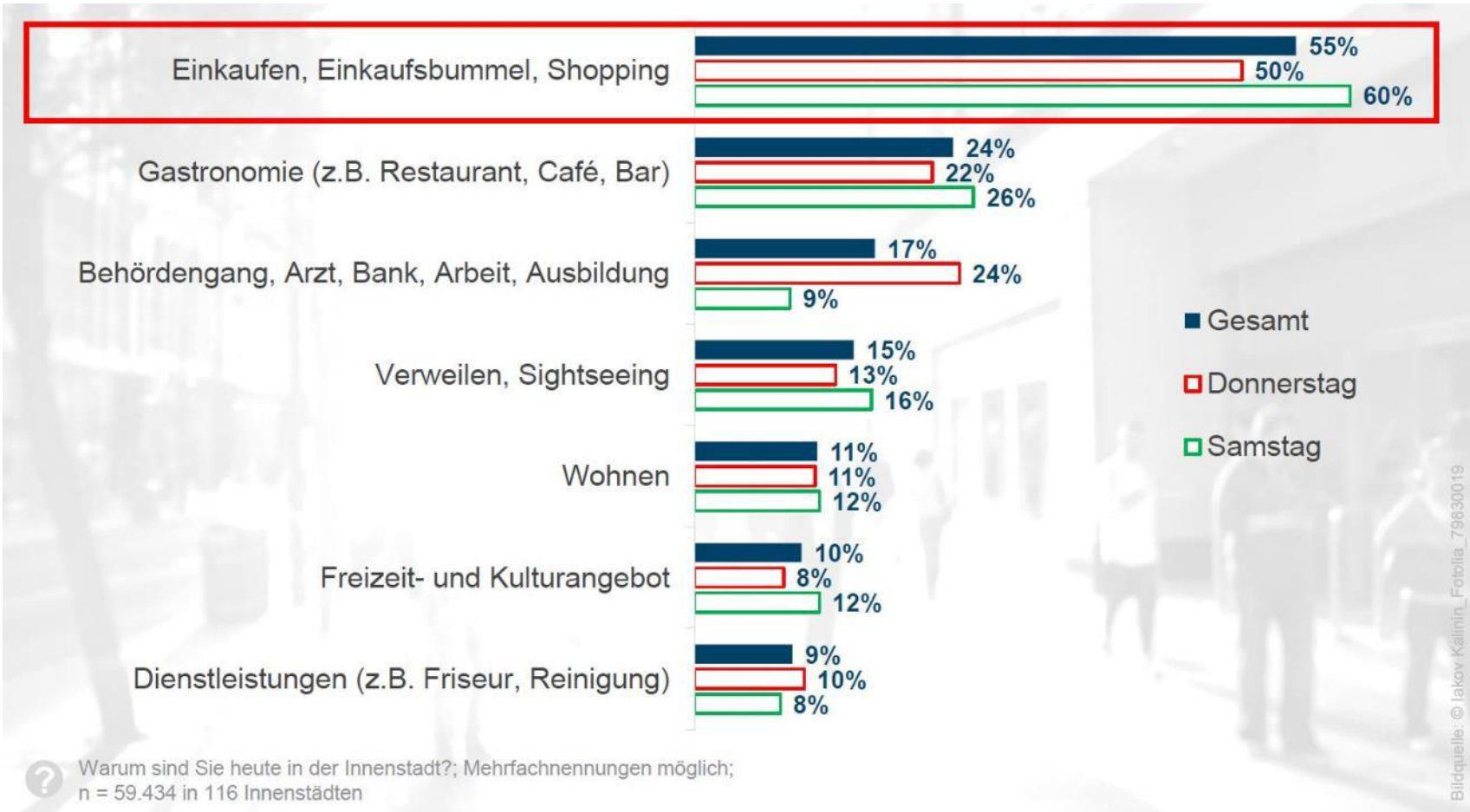


- Markt- und Handelsforschung >
- Redner / Speaker / Vorträge >
- Fachveranstaltungen >
- Weiterbildung / ICR-Studium >



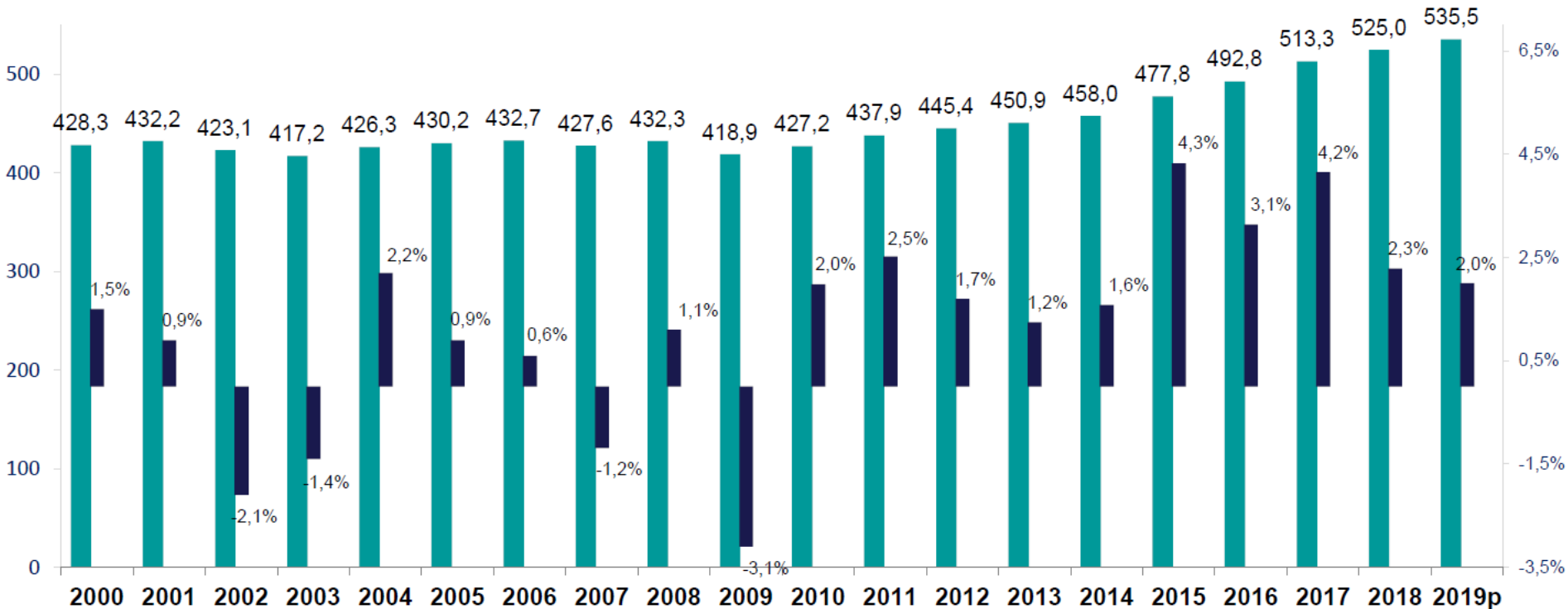
# Rahmenbedingungen

## Hauptbesuchsgrund Innenstadt/Zentrum



## Einzelhandelsumsatz 2000-2019

■ Mrd. Euro    ■ Veränderung zu Vorjahr



Quelle: Statistisches Bundesamt; HDE-Berechnungen; HDE-Prognose 2019 (p); ohne Umsatzsteuer; vorläufige Daten; Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken

... und dennoch

CIMA.

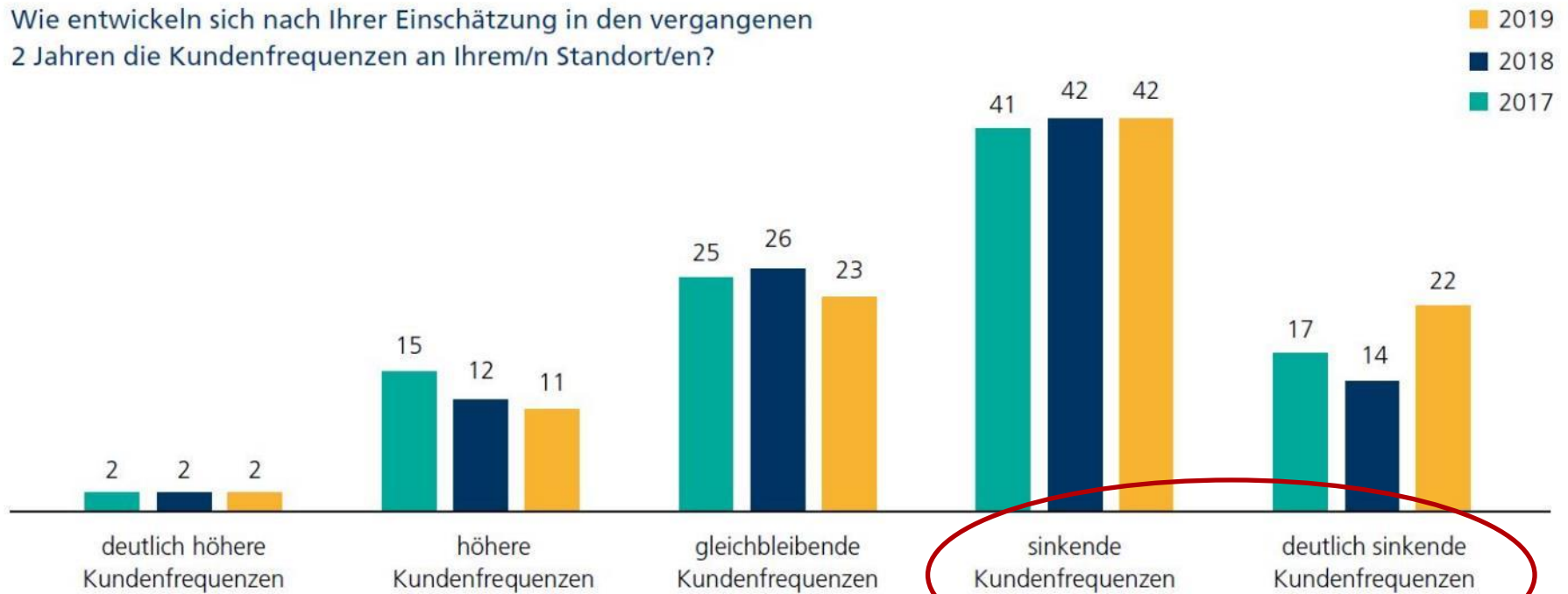


gewachsen – durchmischt – kompakt –  
lebendig...?!

## Entwicklung der Kundenfrequenzen

in Prozent

Wie entwickeln sich nach Ihrer Einschätzung in den vergangenen 2 Jahren die Kundenfrequenzen an Ihrem/n Standort/en?



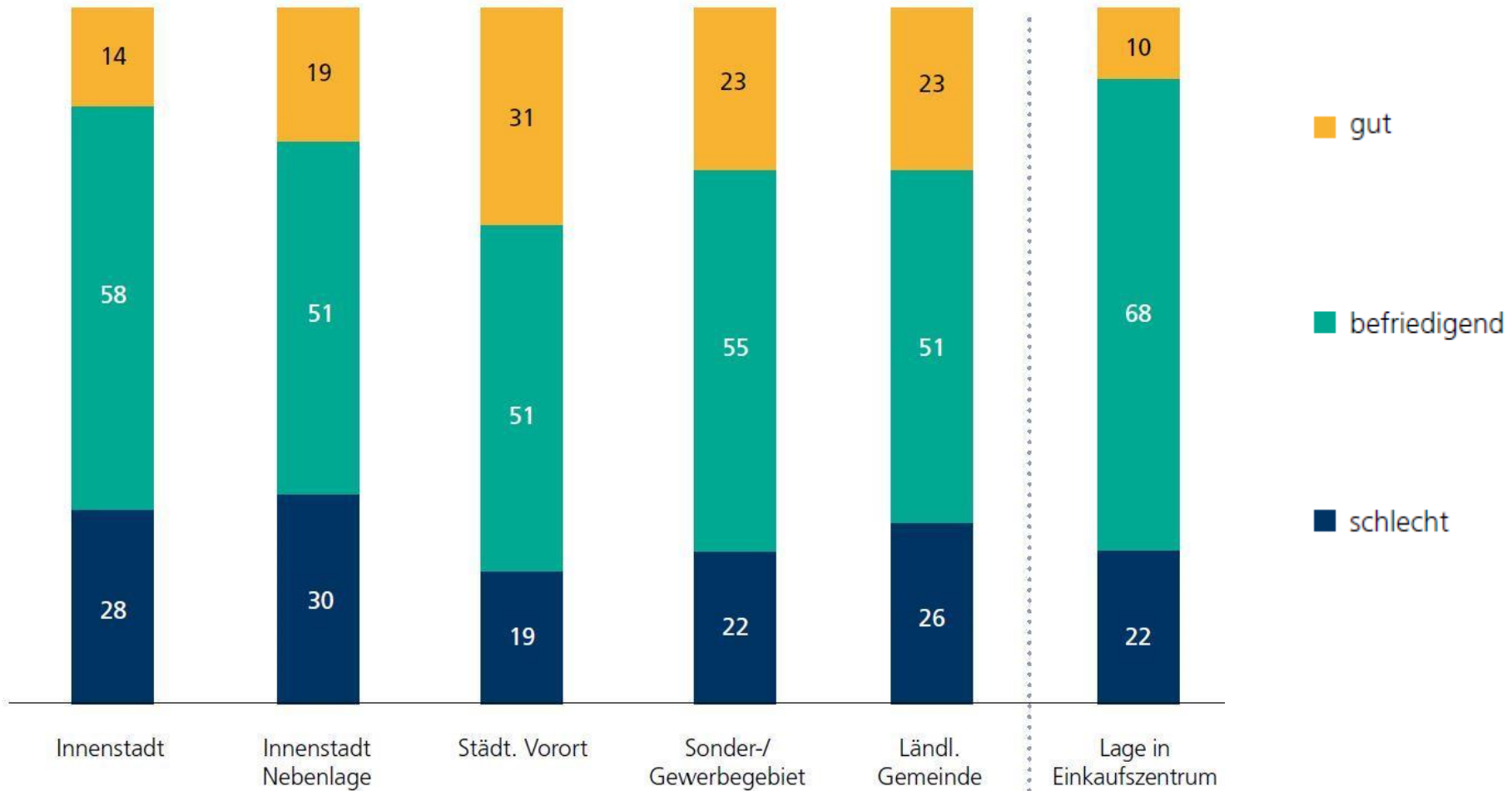
Quelle: HDE-Konjunkturumfragen



# Sinkende Frequenzen

## Aktuelle Geschäftslage nach Standort

Frühjahr 2019, in % der Betriebe



... ja, wo sind sie denn alle hin?



... ja, wo sind sie denn alle hin?

**CIMA.**



... ja, wo sind sie denn alle hin?

**CIMA.**



Quelle HNA 2017; Foto: Rampfel\_ <https://www.hna.de/lokales/goettingen/goettingen-ort28741/stadt-fdp-zu-enges-zusammenspiel-zwischen-sparkasse-und-kaufpark-8579672.html>

... ja, wo sind sie denn alle hin?



... ja, wo sind sie denn alle hin?

**CIMA.**

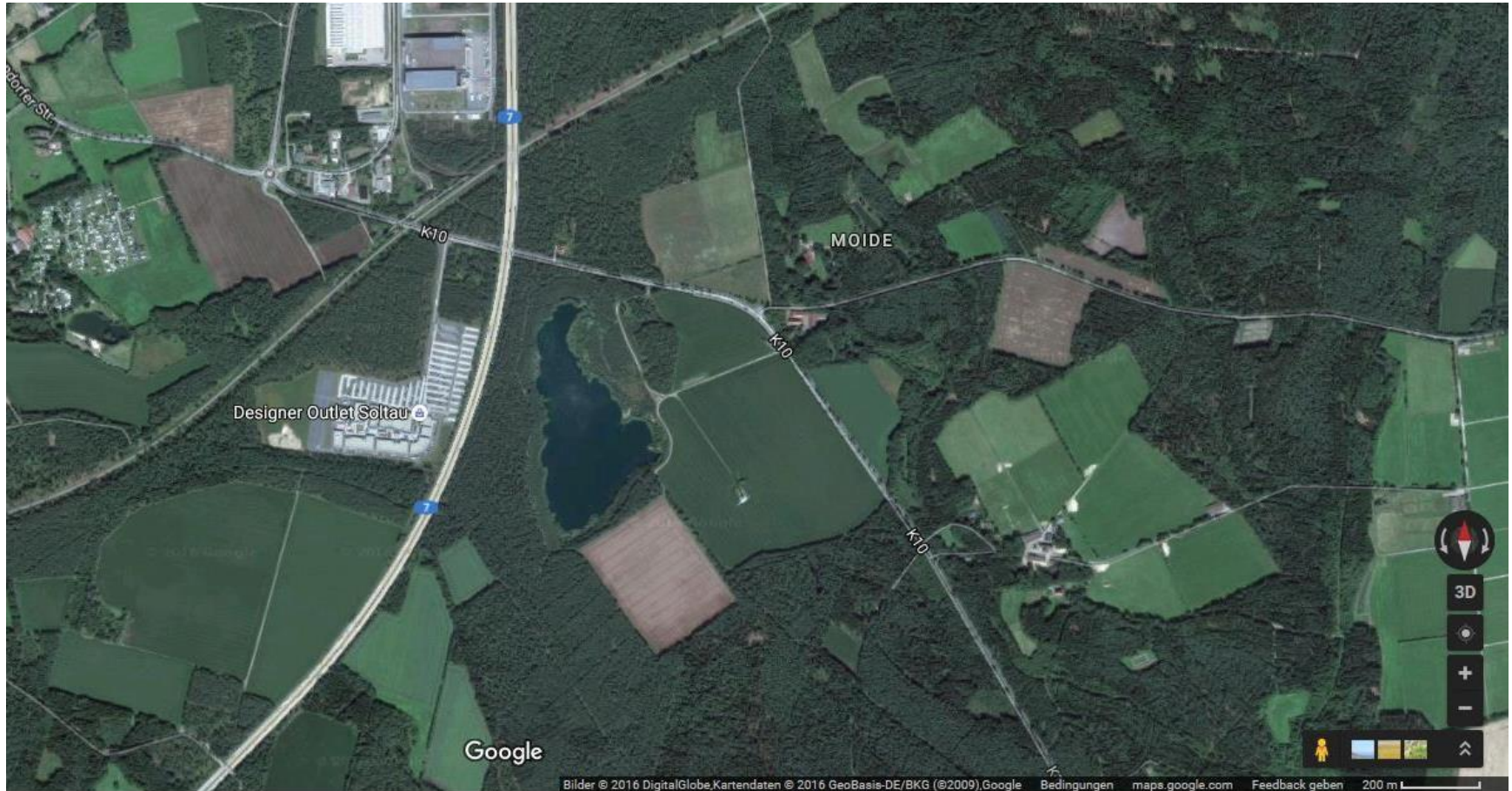


... ja, wo sind sie denn alle hin?

**CIMA.**



... ja, wo sind sie denn alle hin?

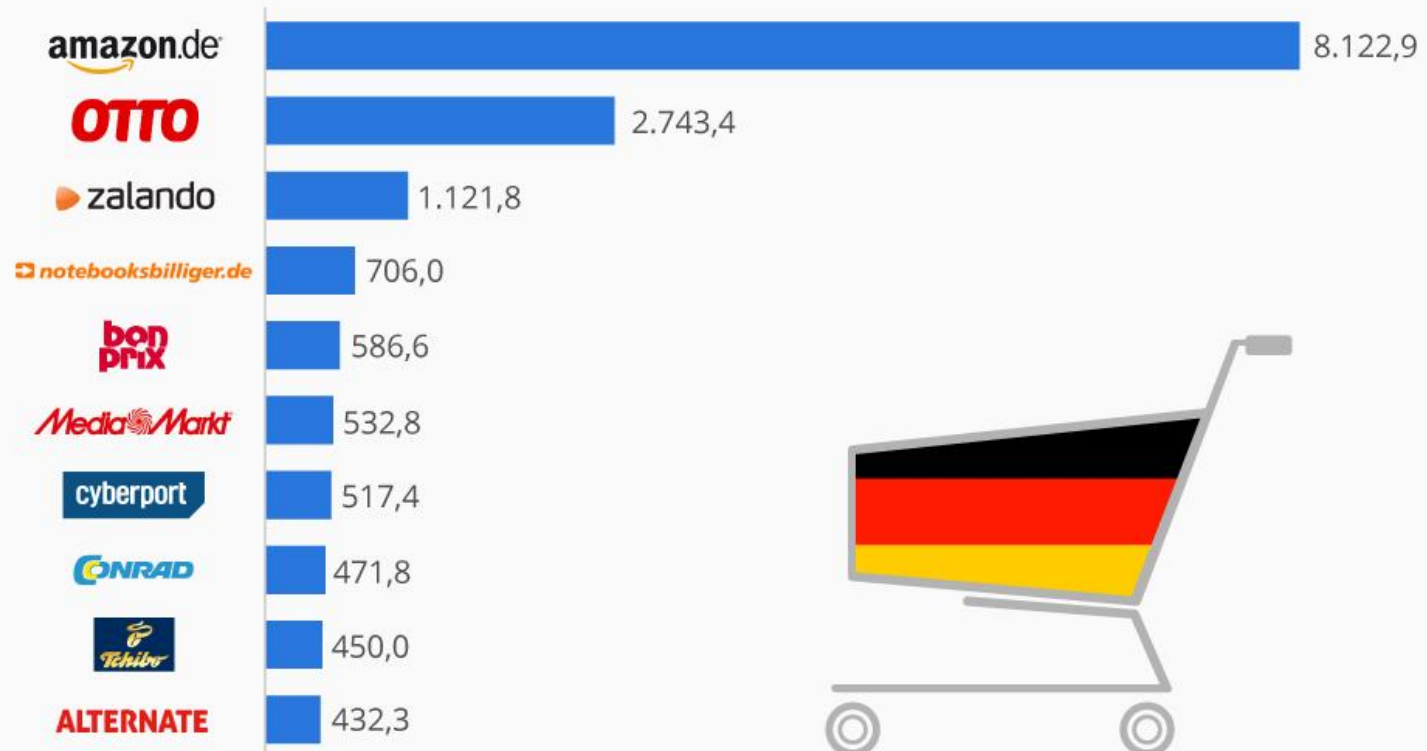




... ja, wo sind sie denn alle hin?

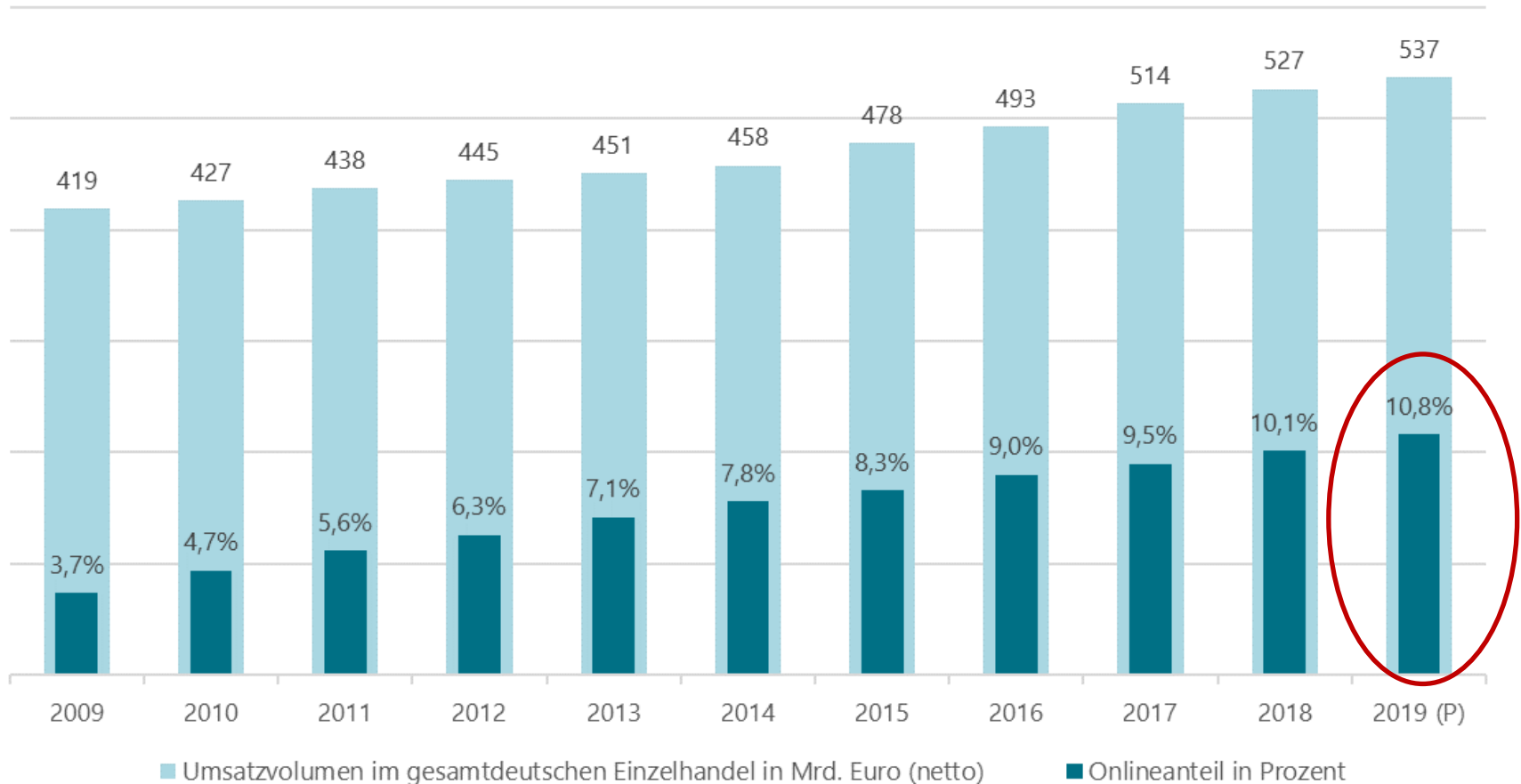
## Die Top 10 Online-Shops in Deutschland

In Deutschland erwirtschaftete Umsätze 2016 (in Mio. Euro)\*



\* Umsatzangaben beruhen überwiegend auf Statista-Hochrechnungen

## E-Commerce Umsatzentwicklung 2009-2019

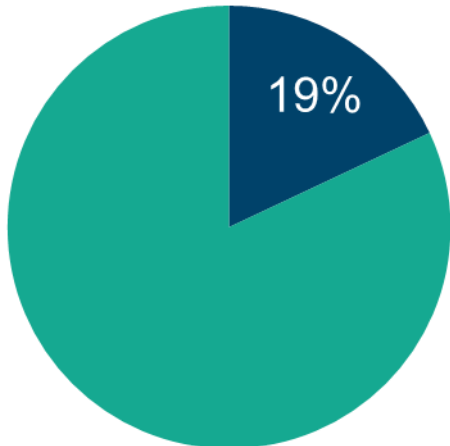


## Marktsegmente



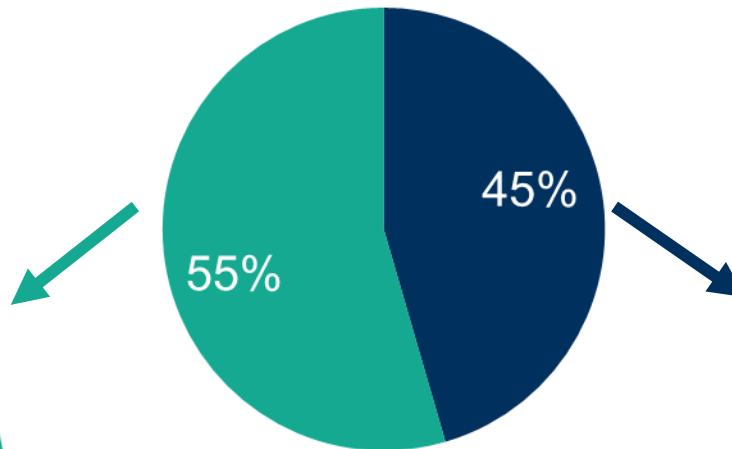
### Nonfood

Online-Marktanteil in %



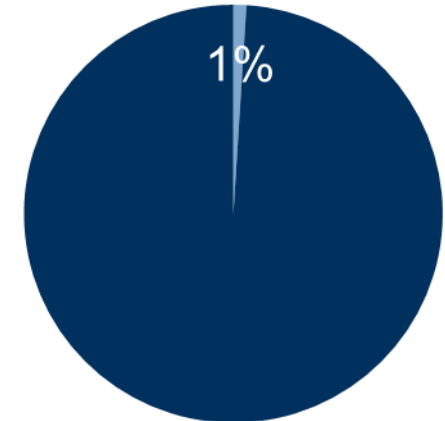
### Gesamter Einzelhandel

Umsatzanteile Nonfood und FMCG in %



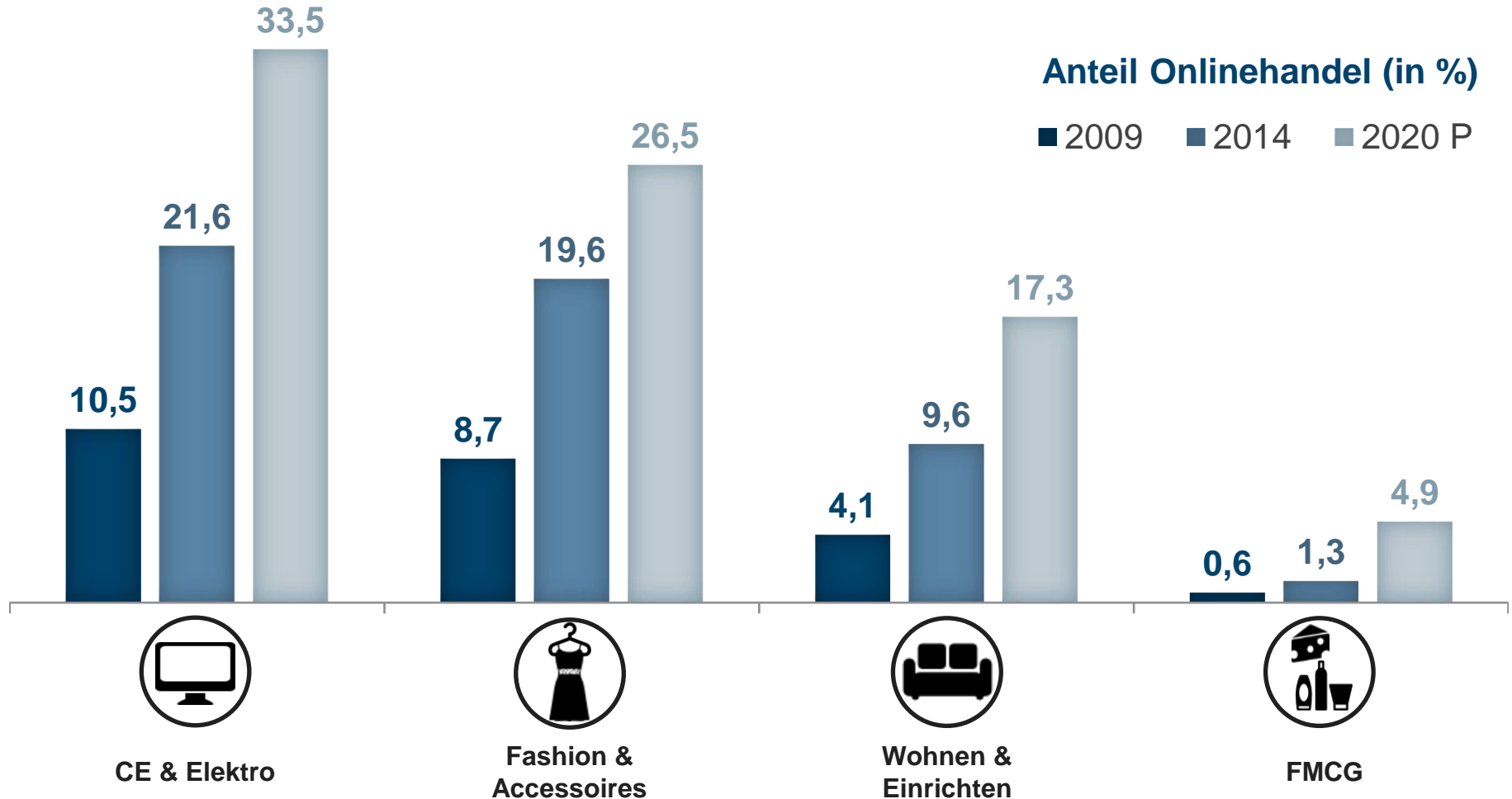
### FMCG

Online-Marktanteil in %



- Niedriger Online-Handel-Anteil bei FMCG drückt Gesamtanteil
- Über die Hälfte des Einzelhandelsvolumens nahezu „internetfrei“

## Online-Durchdringung variiert nach Branche

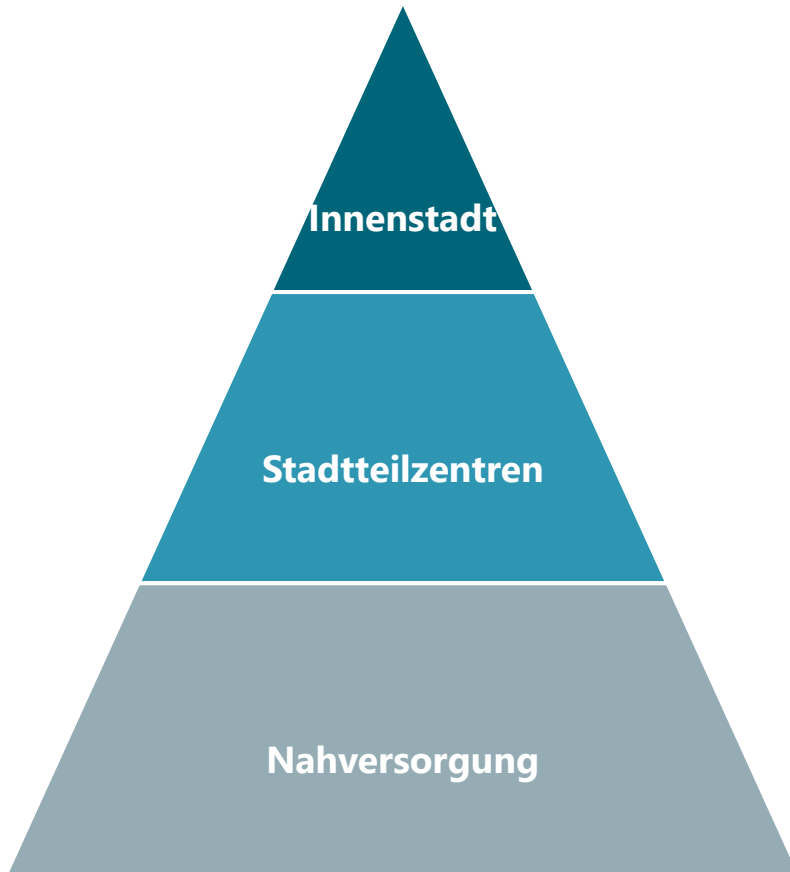


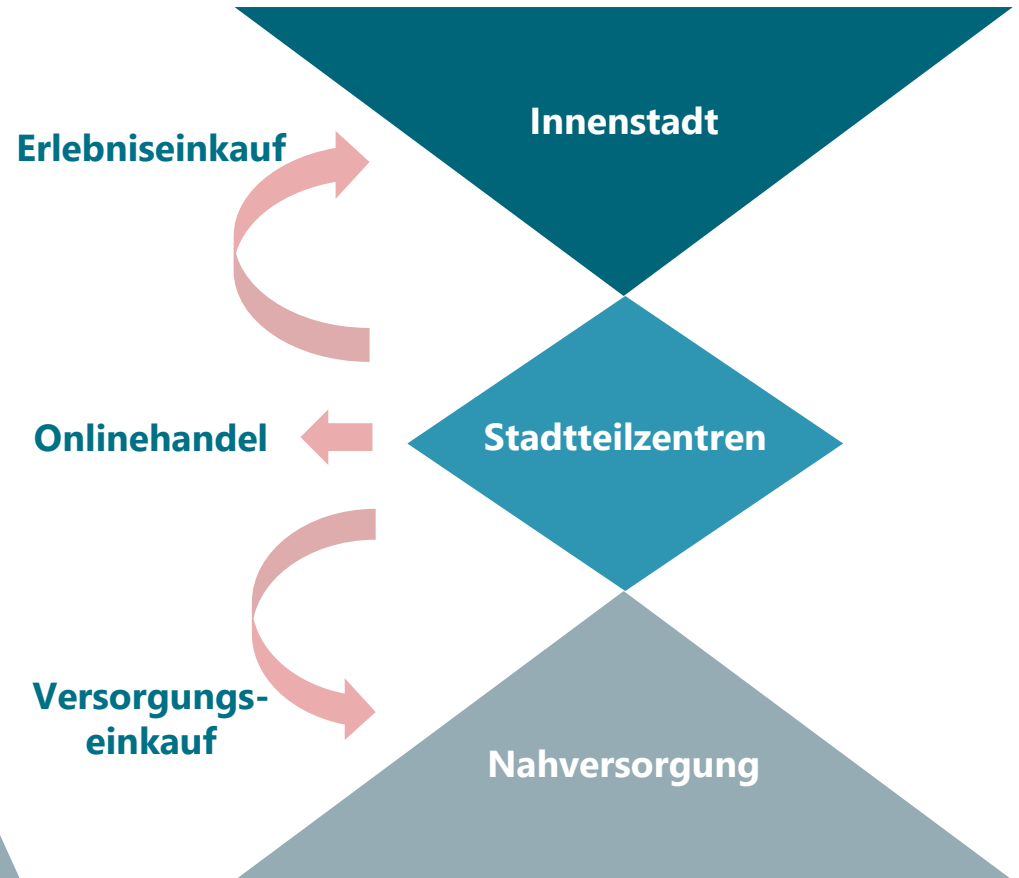
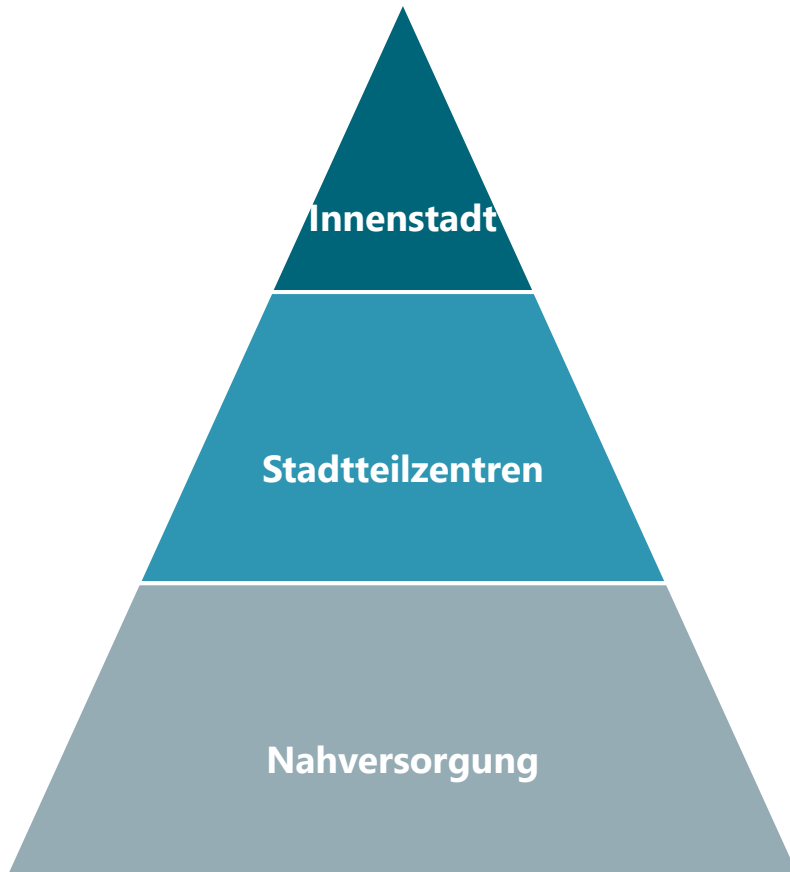
## Zunehmende Onlineanteile kannibalisieren insbesondere den kleinbetrieblichen Fachhandel



# Rahmenbedingungen









Was ist also zu tun?

Aufgeben...  
oder kämpfen?!



# Kundenverhalten - situationsbedingt selektiv



Die Bedeutung des stationären Handels verändert sich...



weg vom Ort der Bedarfsdeckung,  
hin zur **Erlebnisfläche** mit sozialer  
Dimension

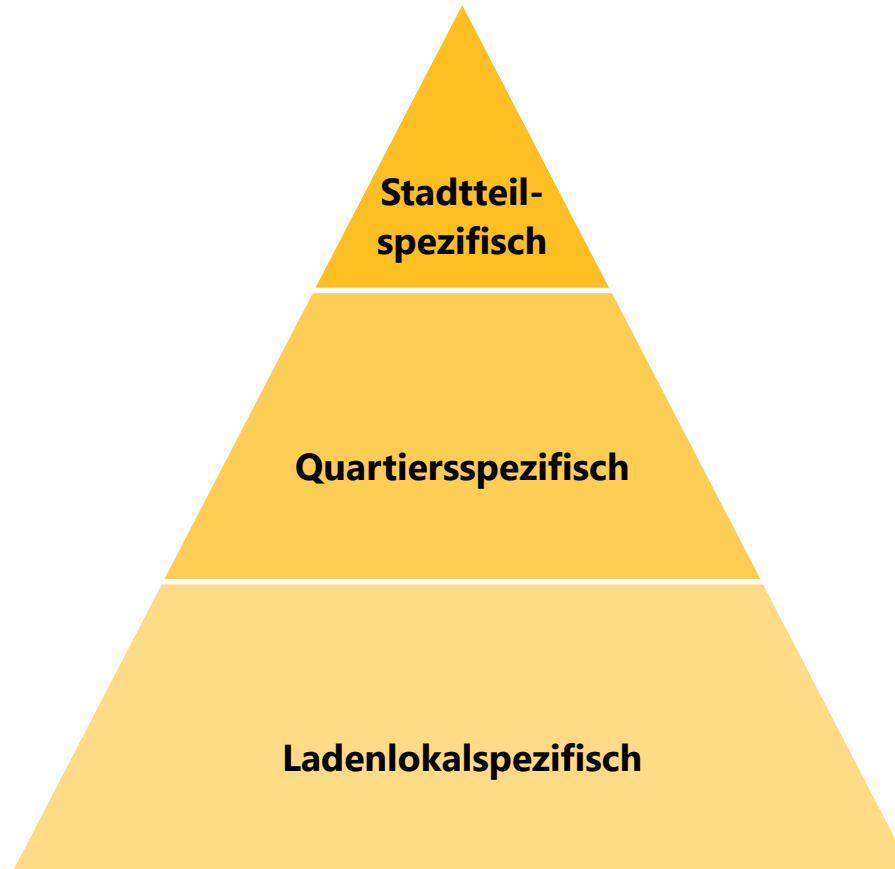


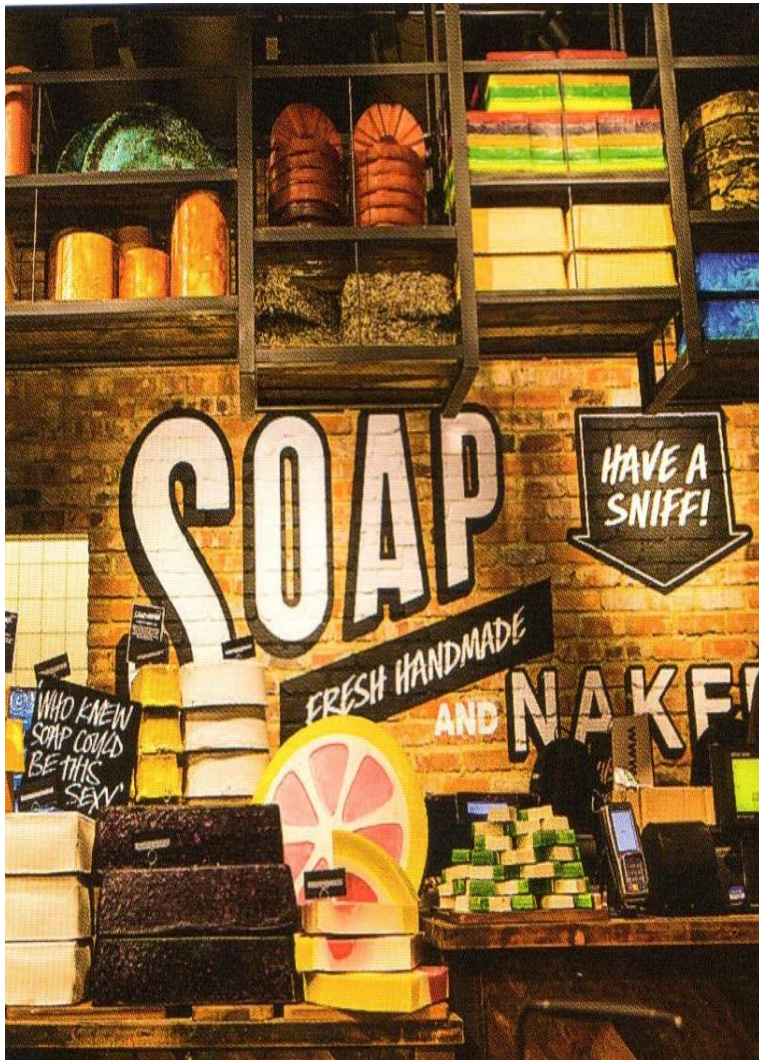
Konsumenten erwarten in  
steigendem Maße eine **emotionale**  
**Ansprache...**



...und **erlebnisorientierte**  
**Angebote** und Sinn stiftende  
Services

## Unterschiedliche Maßstabsebenen





Lush, Oxford Street, London; Foto: Lush



Manufaktur-Waren, „Shinola“, New York City; Foto: Shinola



THE GOLDEN RABBIT – a concept store for garden lovers, Düsseldorf





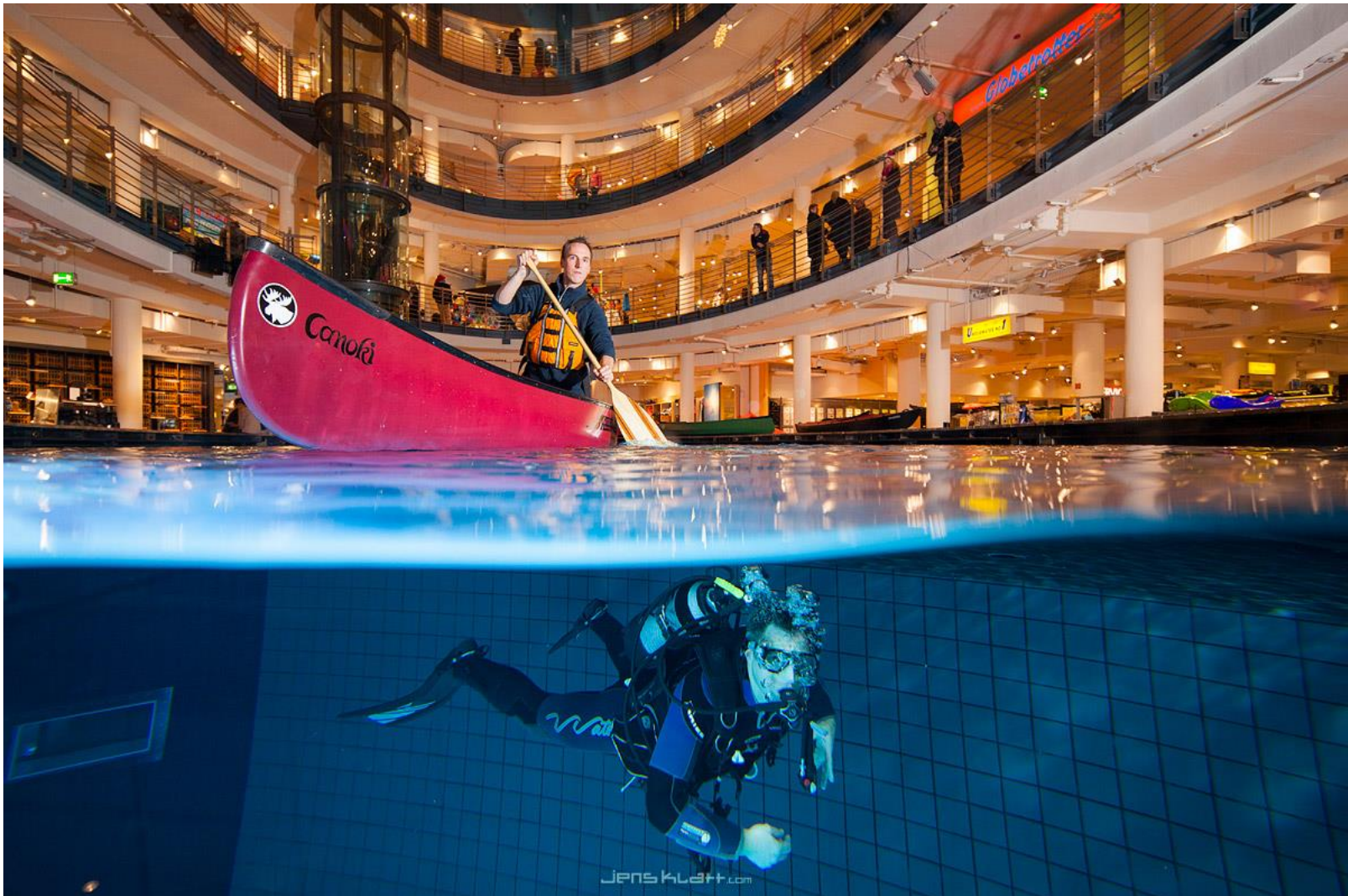
VAUND concept store, Hannover; Foto: Realtale/vaund



Beispiel: Bau- und Gartenmarkt; Foto: privat



Kältekammer Globetrotter, Dresden; Foto: Globetrotter



Globetrotter, Köln; Foto: Jens Klatt



Globetrotter, Köln



L&T Sporthaus, Osnabrück; Foto: L&T



- US-Buchhändler Barnes & Nobles, Eastchester
- Abteilungen für E-Books und digitale Medien
  - Restaurant, Cafe
  - Arbeitsbereiche



Fotos: EHI stores+shops



Hugendubel, Stachus, München; Fotos: Hugendubel

- Neues Filialkonzept auf 2.000 qm, Nov. 2018 nach Umbau eröffnet
- „Buchhandlung der Zukunft“?
- Themenwelten, Kinderbereich, Café, Show-Küche, etc.



Digital Church, Aachen; Foto: Landmarken AG



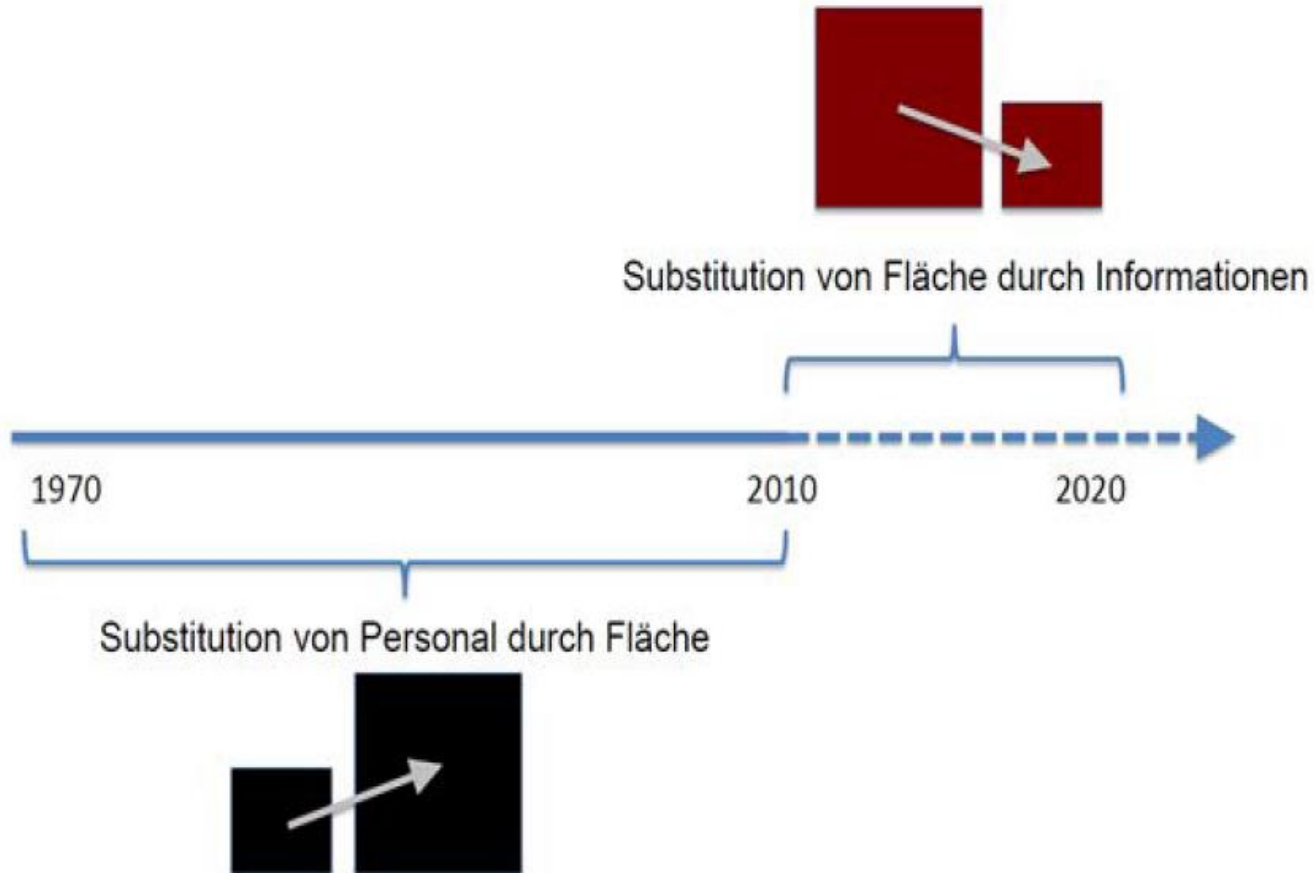
HDE Store of the Year 2018: Marco Polo Strandkasino, Heringsdorf  
Foto: dan pearlman



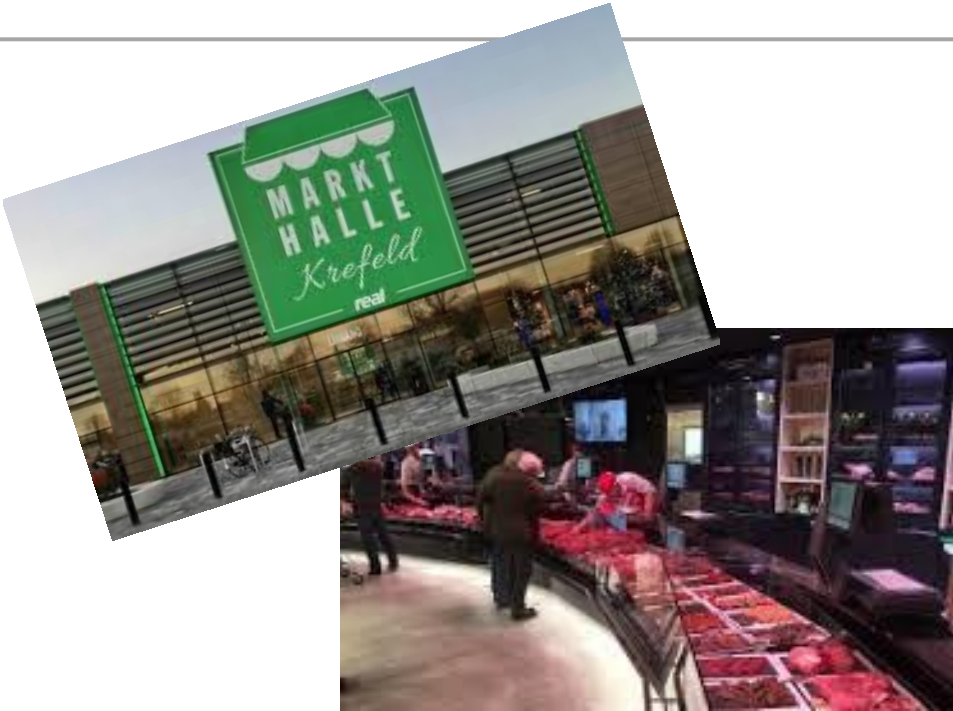


# Reaktionen – kleinere Flächen





# Reaktionen - Trend: Lebensmittel





IKEA Kaarst



Markthalle Rotterdam



Markthalle 9, Berlin



Real,- Markthallen-Konzept, Krefeld

## Modehaus Hagemeyer, Minden



- Teile des Geschäfts werden untervermietet: Brotgeschäft, Saftbar, Feinkostladen, Buchhandlung, Juwelier und andere kleine Geschäfte
- Beim letzten Umbau in den Mittelpunkt gerückt: Gastronomie
- allein 350 Menschen kommen durchschnittlich täglich zum Frühstück
- Kundenbindung erhöhen und Menschen Treffpunkte anbieten!



# Reaktionen - Abwechslung/Pop-Up

So bitte nicht...







## Modehaus Hagemeyer, Minden: digitale Helfer für Lagerbestände, Nachbestellungen



## Modehaus Hagemeyer, Minden: digitale Helfer für Lagerbestände, Nachbestellungen



wellner  
life & style

 **MODEHAUS.DE**





## LUDWIG draußen & drinnen wohnen



Und was machen  
die Städte?

# FUTURE CITY Langenfeld

Eine Stadt wird zum Ideenlabor, in dem der Einzelhandel der Zukunft erprobt wird



Fotos: Future City Langenfeld







# Coburg: „GoCoburg“ - Präsenz in der Stadt





# Coburg: „GoCoburg“

## Vermarktung/Social Media



Facebook



Instagram



WhatsApp-News mit hohen Klickraten

Twitter

## Schulungsprojekt: CO Handel(n)



### CO:Handel(n)



- Schulungsprojekt „Einzelhandel „analog und digital“
- Unterstützung das Geschäft(-smodell) an die digitale Welt anzupassen
- Suchten bis zum 30. September 2017 10 Stipendiaten
- Zeitraum: Oktober 2017 – Juni 2018

## Frequenzbringer auf der digitalen Plattform

### Coburger Mittagspausenführer

[www.coburg.de/mittagspause](http://www.coburg.de/mittagspause)

Was gibt es heute Mittag zu essen? Aus einer einfachen Frage ist eine Online-Anwendung entstanden. Mittlerweile werden im Innenstadtportal die Mittagskarten vieler Coburger Gastronomen wöchentlich veröffentlicht. Ein Service, der gerne genutzt wird. Der Mittagspausenführer zählt zu den beliebtesten Angeboten des Innenstadtportals.

#### Mittagspausenführer

In 30 Minuten Mittagspause in der Innenstadt schnell, gut und günstig essen? Bei uns kein Problem. Neben den üblichen Angeboten von Bäckern oder Metzgern bieten eine Reihe Coburger Restaurants, Cafés oder Snack-Bars eine wöchentlich wechselnde Speisekarte an. So können Sie schon vorab im Internet aussuchen, worauf Sie Appetit haben und sparen somit in der Mittagspause Zeit!

**Wir sind dabei:**  
Amadeus Bistro-Café • Bistro Casimodo • Brauhaus zu Coburg • Café Babbel • Café Feiler • Café-Konditorei Schubart • Fleischerei Fischer • Gemüsemarkt • Henneberger Haus • Hungry Highlander • Il BARETTO • PICKNICK COFFEE&SNACKS • Restaurant Rosengarten • Welt-Basar-Thai-Imbiss

Guten Appetit!  
**Sie möchten auch dabei sein?**  
Hier könnten die Angebote aus Ihrer Speisekarte stehen!  
Wenn auch Sie dabei sein möchten, benutzen Sie unser Kontaktformular

**Mehr zum Anbieter:** Hier erfahren Sie die Adresse und Öffnungszeiten des Restaurants und können die Wochenkarte herunterladen.

Wochentage  Gastronomie

Montag, 04.04.2016

Dienstag, 05.04.2016

Mittwoch, 06.04.2016

Amadeus Bistro-Café

Kartoffelsuppe mit Würstchen 2,90 €

# Coburg: „baublog“

## Neues Instrument zur Information der Bürger



# Lokale Online-Marktplätze



**atalanda**



MG  
BEI  
EBAY

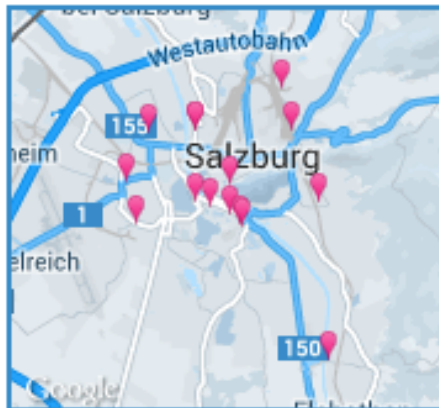
[WWW.MG-BEI-EBAY.DE](http://WWW.MG-BEI-EBAY.DE)

**onlineCITY**  
WUPPERTAL



## Die ganze Stadt in einem Online-Shop

Finden und bestellen Sie Waren von Ihren lokalen Händlern online. Wir liefern noch heute!



### Kaufen Sie lokal online ein

Sie kaufen ganz bequem von zu Hause aus in ihren lokalen Shops ein.



### Lieferung am selben Tag

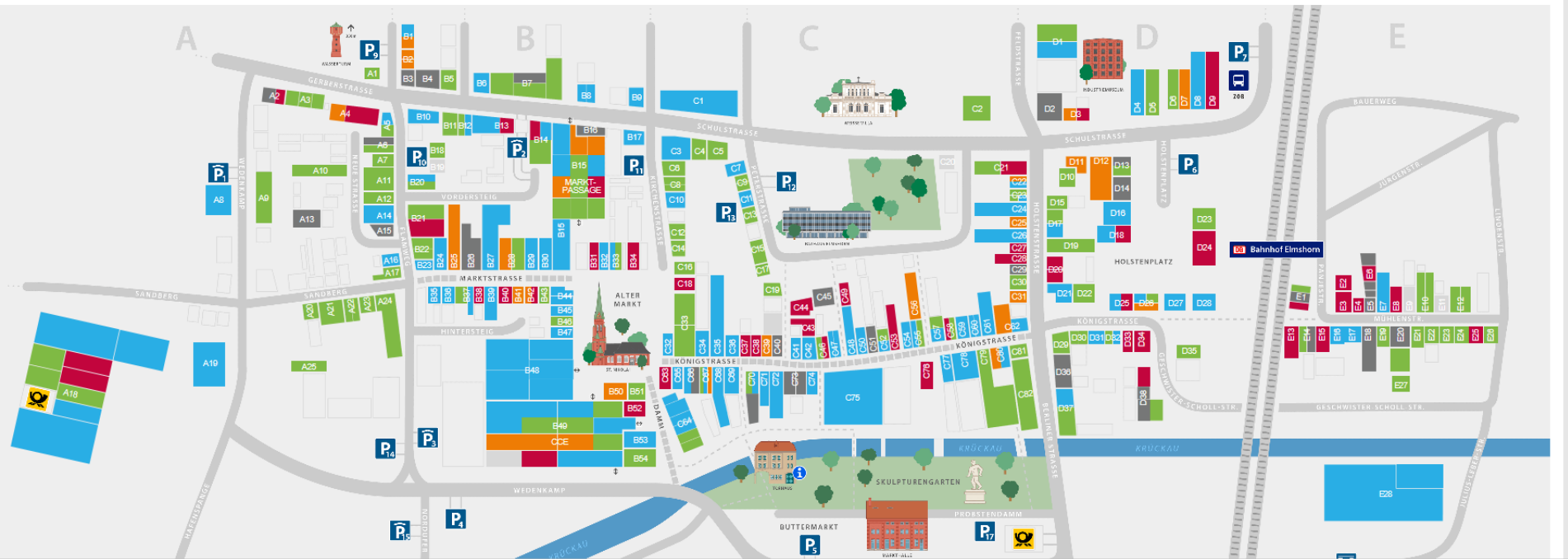
Sie bestellen bis 17 Uhr und halten Ihre Ware noch am selben Abend in den Händen.



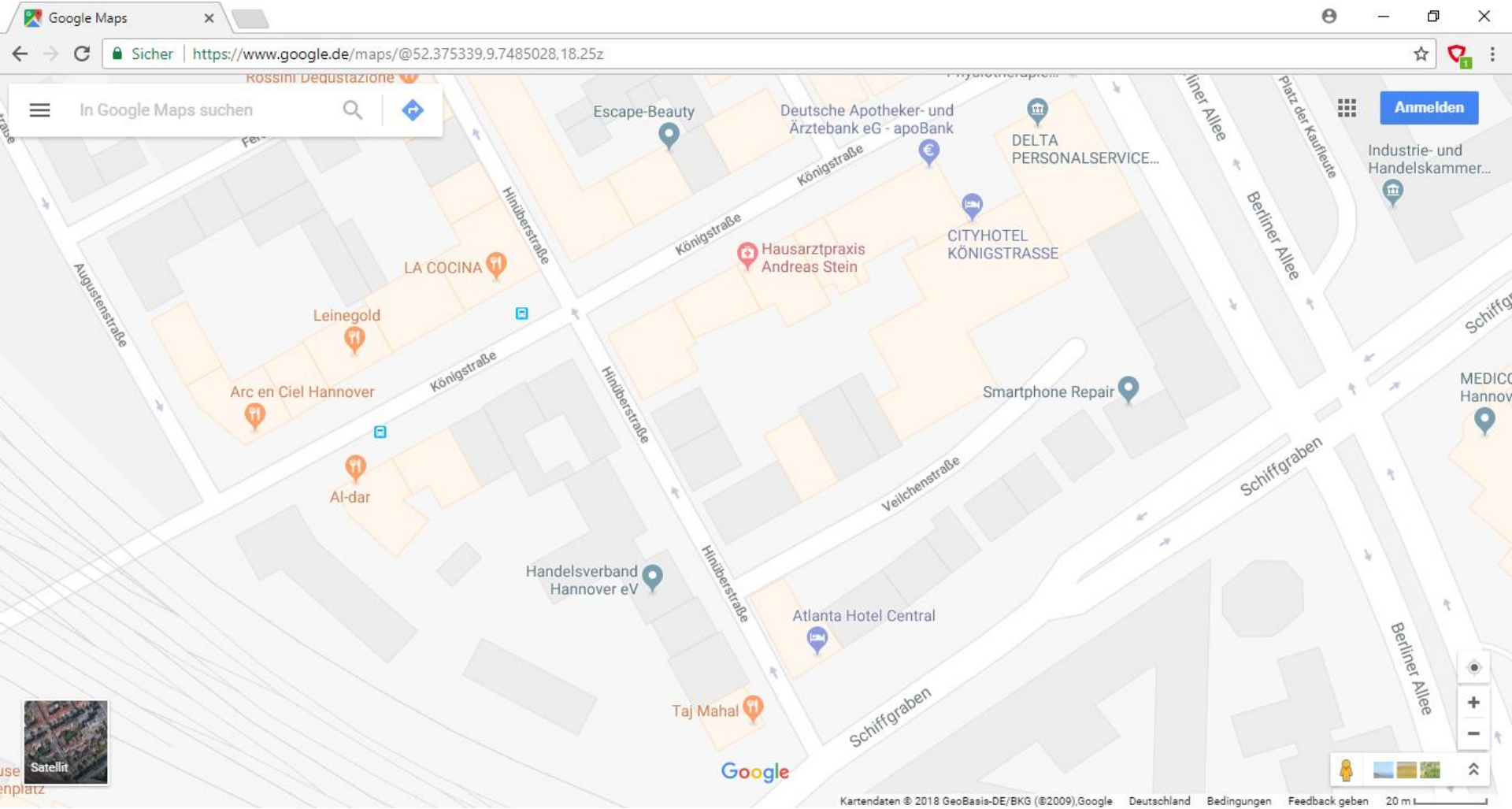
### Häufig kostenlose Lieferung

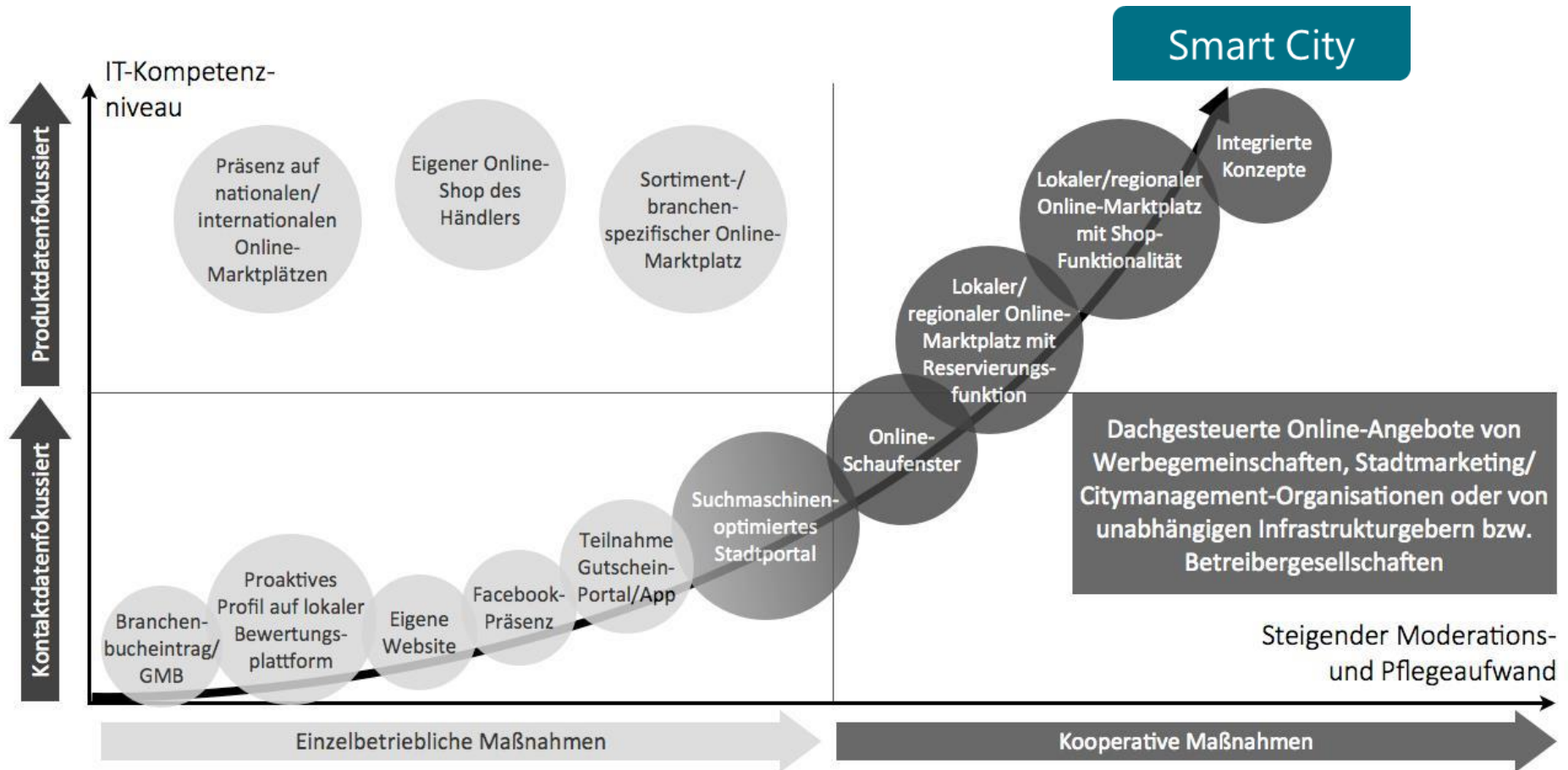
Eine Lieferung kostet maximal 4,95 €. In vielen Fällen ist sie jedoch weit günstiger oder sogar kostenlos.

# Sichtbarkeit in der Stadt – ein Muss!



# Auffindbarkeit





## Das „Produkt Innenstadt“ zählt weiterhin Verknüpfung mit Online-Tools als Lösung



### Angebot

Wohnen, Bildung, Branchenmix, Kultur,  
Gastronomie, Gewerbe, Dienstleister,  
Verwaltung, Arbeitsplätze



### Erreichbarkeit

ÖPNV, Verkehrsführung, Leit- und  
Beschilderungssysteme, Fuß- u. Fahrradwege,  
integrierte Verkehrskonzepte,  
Parkraum(-management)



Innenstadt als  
hybrider Kommunikationsraum  
als öffentlich-private Aufgabe!



### Gestaltung

Stadtbild, Fassaden, Beleuchtung, Schaufenster, Plätze,  
Brunnen, Pflasterungen, Straßenoberflächen,  
Grünanlagen, Möblierung



### Erlebnis/Service

Märkte, Aktionen, Straßensondernutzungen, Kultur,  
Freizeit, Veranstaltungen, Sicherheit, Sauberkeit, Service,  
Freundlichkeit, Sport, Naherholung

## Trinität des stationären Einzelhandels (analog & digital)



### Sichtbarkeit

- Offline wie online
- Mehrere Kanäle
- Richtigkeit
- Vollständigkeit
- Verlässlichkeit
- Authentizität



### Erreichbarkeit

- Kommunikation
- Öffnungszeiten
- Verfügbarkeit
- Reservierung
- Bestellbarkeit
- Lieferbarkeit



### Erlebnis

- Besonderheit
- Einzigartigkeit
- Authentizität
- Verlässlichkeit
- Auswahl (virtuell)
- Service
- Abwechslung
- Individualität



## STORE CHECK

Coaching für Einzelbetriebe

Steigende Markttransparenz und wachsender Online-Handel führen zu neuen Anforderungen an den stationären Einzelhandel. Zielgruppen- und Kundenorientierung am Point of Sale sind für die Wettbewerbsfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben wichtiger denn je.

Kundenorientierung findet im stationären Einzelhandel auf zahlreichen Ebenen statt. Dazu gehören attraktives Sortiment, geschultes und motiviertes Personal, individuelle Serviceleistungen sowie gezielt eingesetzte Marketingaktivitäten. Wenn Schaufenster- und Verkaufsraumgestaltung, Ladenbau, Beleuchtung, Dekoration und Warenpräsentation unzureichend sind, wirkt sich dies unmittelbar auf die Kaufbereitschaft der Kunden und somit auf die Umsatzleistung aus. Ähnliches gilt für kundenorientierte Unternehmen wie Dienstleister und Gastronomen in frequentierten Lagen.

Die **CIMA Beratung + Management GmbH** bietet mit dem „Coaching für Einzelbetriebe“ eine praxis- und umsetzungsorientierte Betrachtung stationärer Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe aus Sicht des Kunden – denn der Kunde ist der Entscheider. Im Fokus stehen konkrete Ideen, Tricks und Tipps sowie Entwicklungsperspektiven in Hinblick auf die Optimierung des individuellen Geschäftsauftritts.

Wir verfügen über weitreichende Erfahrungen im Coaching  
**>400 BETRIEBE**  
**>45 STÄDTE**  
von Einzelbetrieben.



## Onlinepräsenz-Checks INDIVIDUELL und KOLLEKTIV

Analyse der Sichtbarkeit von lokalen Unternehmen und Innenstadt im World Wide Web

Für mehr Bekanntheit und höhere Frequenz

**cima.**  
klug entscheiden  
kraftvoll handeln  
neues wagen

## Online-Image Analyse

### Standort-Image

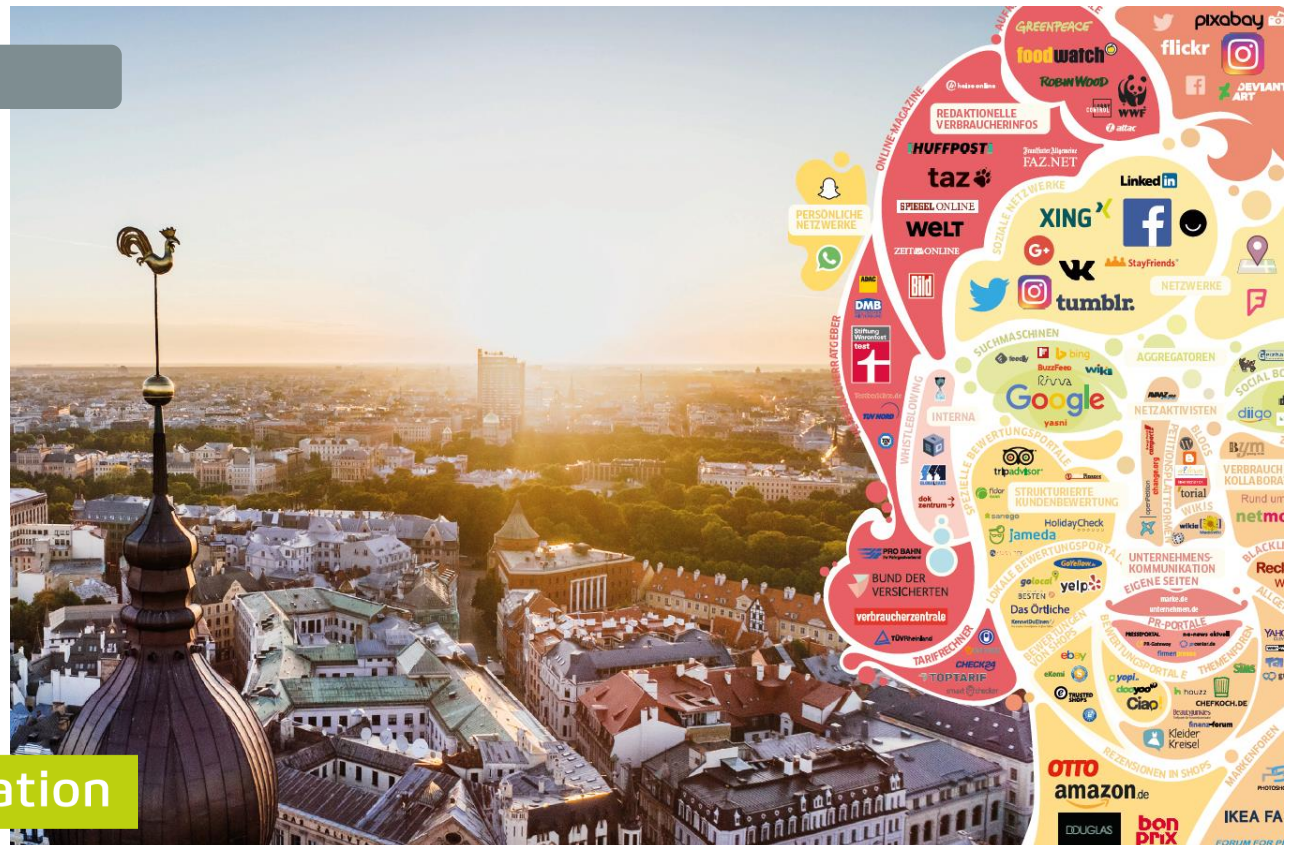
- ) Bilder
- ) Artikel
- ) Beiträge

### Daten

- ) 4 Monate
- ) ca. 12.000 Beiträge
- ) Analyse: ca. 3.000

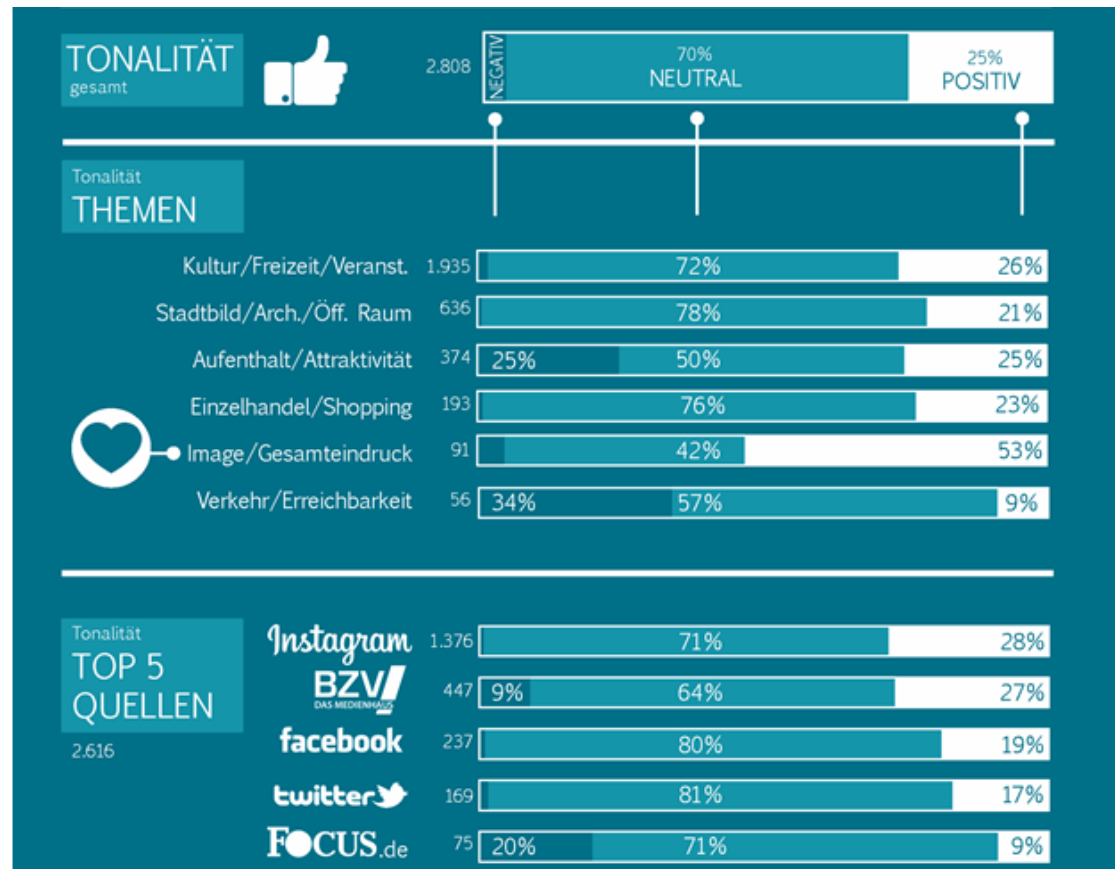
new

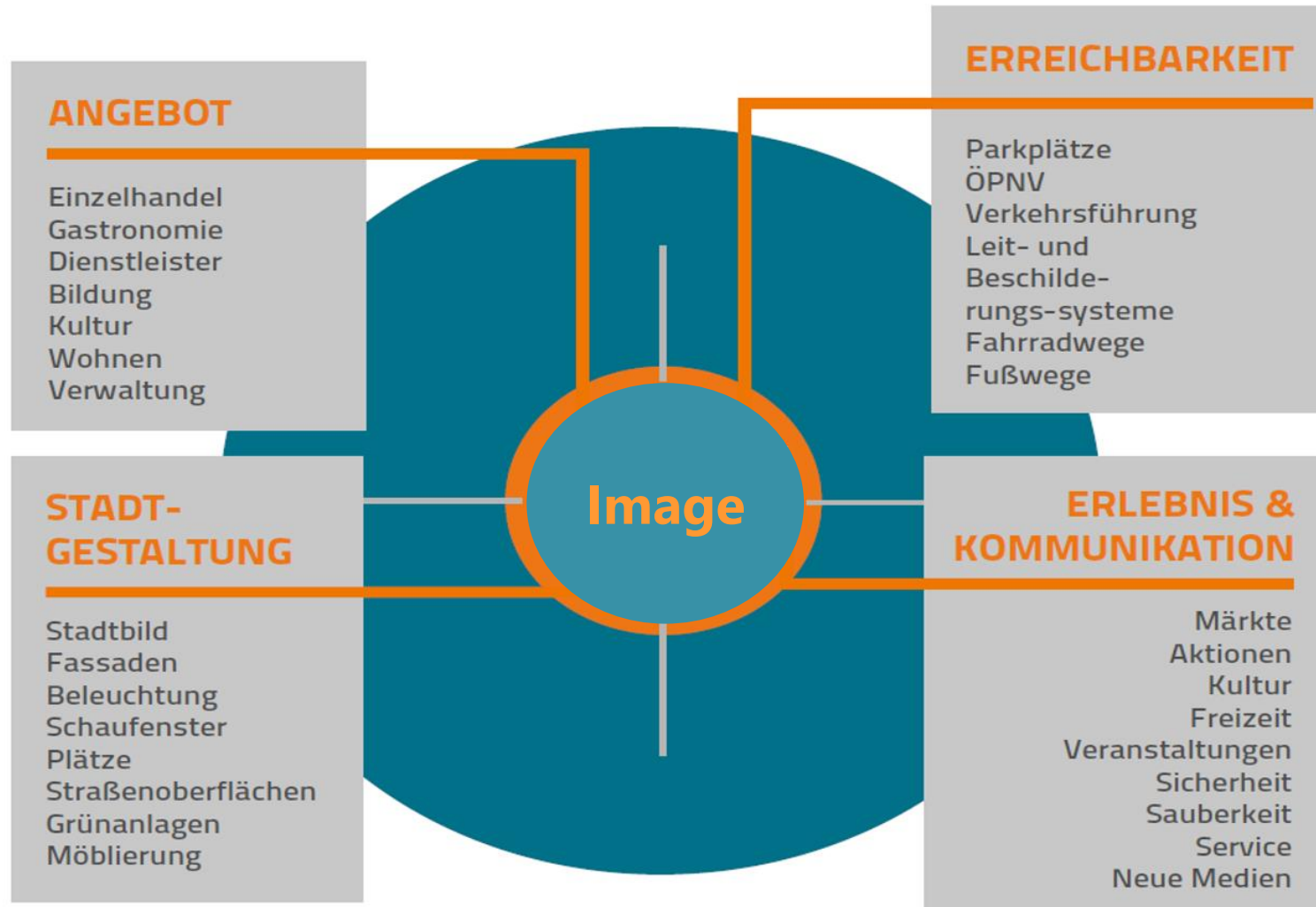
communication





## Online-Image Analyse





## Kampagnenkonzept

### Analyse

Ziele: regionalökonomische Strukturen, wirtschaftliche Entwicklungen analysieren und interpretieren; harte und weiche Standortfaktoren herausarbeiten; relevante Zielgruppen definieren

Desk Research

Benchmarking

Projekthomepage

Marketing-Analyse

Unternehmer-/Bürgerbefragung

Expertengespräche

Online-Image Analyse

### Kommunikationsstrategie

Ziel: abgestimmte, schlüssige Kommunikation der Kernbotschaften entwickeln und Ansprache definierter Zielgruppen über ausgewählte Medien planen

Strategische Planung

Ziele

Zielgruppen

Taktische Planung

Botschaft

Kanäle

Operative Planung

Budget

Zeitraum

## Module

Visuelle Darstellung

Social Media Kampagne

Website

Bausteine

Elemente

Zwischen

## Innenstadtprofil Bad Pyrmont strategische Zielsetzung

### Masterplan

Entwicklung von Maßnahmen zur Umsetzung der strategischen Ziele  
Weiterentwicklung der Innenstadt als öffentlich-private Aufgabe

Sofortmaß-  
nahmen

Marketing-  
maßnahmen

Gestaltung

Flächen-  
management

sonstige  
Maßnahmen

### Zeitplan

Finanzierungskonzept

Organisationskonzept



## BID in Niedersachsen

cima - Partner für Ihre Initiative

Zehn Bundesländer haben bereits mit Business Improvement Districts (BID) bzw. BID-ähnlichen Gesetzen ein Instrument geschaffen, um lokale Aktivitäten zur Stärkung und nachhaltigen Entwicklung der Innenstädte und Ortskerne sinnvoll zu ergänzen und verlässliche Umsetzungsstrukturen zu schaffen. Denn in einem BID schließen sich Eigentümer (und Unternehmer) zusammen und verpflichten sich auf rechtlicher Grundlage gemeinsam entwickelte Maßnahmen zur Verbesserung „ihres“ Quartiers zu finanzieren.

Voraussichtlich noch im ersten Halbjahr 2020 will auch das Land Niedersachsen nachziehen und mit dem „Niedersächsischen Quartiersgesetz“ die rechtliche Grundlage für BIDs verabschieden. Um die Gründung von BIDs zu fördern, wurde bereits eine Anschubfinanzierung von insgesamt 400.000 Euro in den Landeshaushalt 2020 eingestellt.

BIDs haben einen großen Vorteil gegenüber freiwilligen Quartiersinitiativen: Sie ziehen grundsätzlich alle Eigentümer gewerblich genutzter Grundstücke im Quartier zur Finanzierung geplanter Maßnahmen heran, sodass die „Trittbrettfahrer-Problematik“ vermieden wird!

### Ist ein BID für Sie die richtige Lösung?

Nicht für alle Quartiere und Zentren ist ein BID das Allheilmittel, deshalb geben wir Ihnen auf diese Frage keine pauschale Antwort.

Wir unterstützen Sie dabei herauszufinden ob bzw. unter welchen Voraussetzungen ein BID für Sie das richtige Instrument sein könnte und begleiten Sie auf Wunsch auch bei der Einrichtung und Umsetzung eines BIDs. Wir können dabei auf Wissen und Erfahrungen aus unserer über 30-jährigen Arbeit mit Quartiersinitiativen und konkret aus elf begleiteten Projekten im Rahmen der Quartiersinitiative Niedersachsen (QIN) und von uns betreuten BIDs in anderen Bundesländern zurückgreifen.



© CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

## Unsere Leistungen Ihr Vorteil

### > ERSTINFORMATION

In einem Gespräch in kleiner Runde informieren wir Sie umfassend über das Thema BID in Niedersachsen. Auf Grundlage eines ersten Eindrucks der Situation vor Ort geben wir Ihnen eine grobe Einschätzung über die Möglichkeiten und Erfolgsaussichten eines BIDs in Ihrem Quartier. Auch zeigen wir Ihnen Wege auf, wie Sie ein BID erfolgreich auf den Weg bringen können – auch mit Hilfe von Mitteln aus der Anschubfinanzierung des Landes.

### > INFORMATIONSVERANSTALTUNG UND/ ODER WORKSHOP MIT HÄNDLERN UND EIGENTÜMERN

Gemeinsam holen wir Händler und vor allem Eigentümer an einen Tisch, informieren über das Instrument BID und zeigen an Hand von Beispielen mögliche Maßnahmen auf – von groß angelegten baulichen Umgestaltungen bis zu kleineren Gestaltungs- oder Marketingmaßnahmen. Im Rahmen eines Workshops können zusammen mit den lokalen Akteuren zusätzlich erste Ansätze und mögliche Maßnahmen für ein erfolgreiches BID an Ihrem Standort diskutiert werden.

### > UNTERSTÜTZUNG IN DER ANSCHUBPHASE UND BEI DER ANTRAGSTELLUNG

Wichtiger Faktor für das Zustandekommen eines BIDs sind eine sinnvolle räumliche Abgrenzung sowie ein gutes Maßnahmen- und Finanzierungskonzept. Nur hierüber kann es gelingen, die lokalen Akteure für die Idee des BIDs zu begeistern und die erforderliche Zustimmung zu erzielen. Wir beraten Sie bei diesen wichtigen Fragen, moderieren die Abstimmung vor Ort, erstellen Ihnen das geforderte Maßnahmen- und Finanzierungskonzept und schaffen damit die Grundlage für die Antragstellung.

### > BID-MANAGEMENT BZW. AUFGABENTRÄGER FÜR IHR BID

Ein BID realisieren heißt nicht „nur“ die Umsetzung der Maßnahmen zu koordinieren. Regelmäßige Abstimmungstermine müssen organisiert und vorbereitet, Akteure, Anlieger und Öffentlichkeit laufend informiert, die BID-Gelder verwaltet und erforderliche Berichte und Budgetübersichten erstellt werden. Hierfür braucht es einen zuständigen BID-Manager, der gleichzeitig als Ansprechpartner und Schnittstelle vor Ort fungiert. Auch vertritt dieser gegenüber Politik und Verwaltung die Interessen des BIDs und seiner Akteure. Wir übernehmen diese Tätigkeiten gerne für Sie als Aufgabenträger Ihres BIDs.

CIMA Beratung + Management GmbH  
cima.hannover@cima.de Tel: 0511 – 22 00 79 50

### BID-Team



MARTINI KREMMING  
Büro- und Projektleiter  
Partner



PETRA BAMMANN  
Senior Beraterin  
Quartiers-/BID-Managerin



ARNE DECKER  
Berater



ANJA ARLINGHAUS  
Beraterin

cima.  
klug entscheiden  
kraftvoll handeln  
neues wagen

www.cima.de



- Studien "Online-Plattformen mit lokalem Fokus und Lokale Online-Initiativen" (Bayern, Niedersachsen) <https://gemeinsam.online>
- Pilotprojekt „Digitale Einkaufsstadt Bayern“
- cima Monitor: <https://cimamonitor.de/>
- eCommerce-Risiko-Analyse
- Unabhängige Beratung
- Vorträge, Seminare, Workshops

Sie möchten regelmäßig informiert werden?

→ [cima.Newsletter](#) (E-Mail monatlich)

→ [cima.direkt](#) (Print-Magazin 3 p.a.)

**Vielen Dank für  
Ihre Aufmerksamkeit !**

**Arne Decker**  
decker@cima.de

**cima.**