



Stadt Rüsselsheim

Voraussichtliche Auswirkungen des OFR Opel Forum Rüsselsheim

**Ausschusssitzung
am 29. Januar 2013**

Dipl.-Volksw. Angelina Sobotta



Gegenüberstellung alte und neue Planung OFR

Sortimente	Verkaufsfläche urspr. Planung (in qm)	Verkaufsfläche aktuelle Planung (in qm)	Durchschn. Flächenproduktivität (nach GfK 2008)	Brutto-Umsatz (in Mio. EUR)
Nahrungs- und Genussmittel	./.	3.320	4.900	16,3
Gesundheit und Körperpflege	./.	2.080	4.900	10,2
Periodischer Bedarf	5.400	5.400	4.900	26,5
Bekleidung, Sport, Schuhe	8.700	10.000	3.500	35,0
Technik	4.000	2.300	6.400	14,7
Haushalt und persönlicher Bedarf	5.300	1.300	3.700	4,8
<i>sonst. Einzelhandel</i>		2.000	3.700	7,4
Aperiodischer Bedarf	18.000	15.600	4.000	61,9
Insgesamt	23.400	21.000	4.200	88,4



Einkaufszentren in deutschen Mittelstädten / City-Lagen

Dimensionierungen

Stadt	Einwohner	VK	Center
Rüsselsheim	60.200	ca. 21.000 qm	Opel Forum (geplant)
Dormagen	63.000	ca. 5.900 qm ca. 6.800 qm	EKZ Rathaus Galerie FMZ Zuckerfabrik
Langenfeld	59.200	ca. 10.000 qm ca. 4.600 qm	EKZ Stadtgalerie EKZ Marktkaree
Bergisch Gladbach	105.800	ca. 12.500 qm ca. 8.500 qm	EKZ RheinBerg Galerie EKZ Rhein Berg Passage
Düren	92.500	ca. 15.000 qm	EKZ Stadtcenter
Witten	97.800	ca. 12.500 qm	EKZ Stadtgalerie

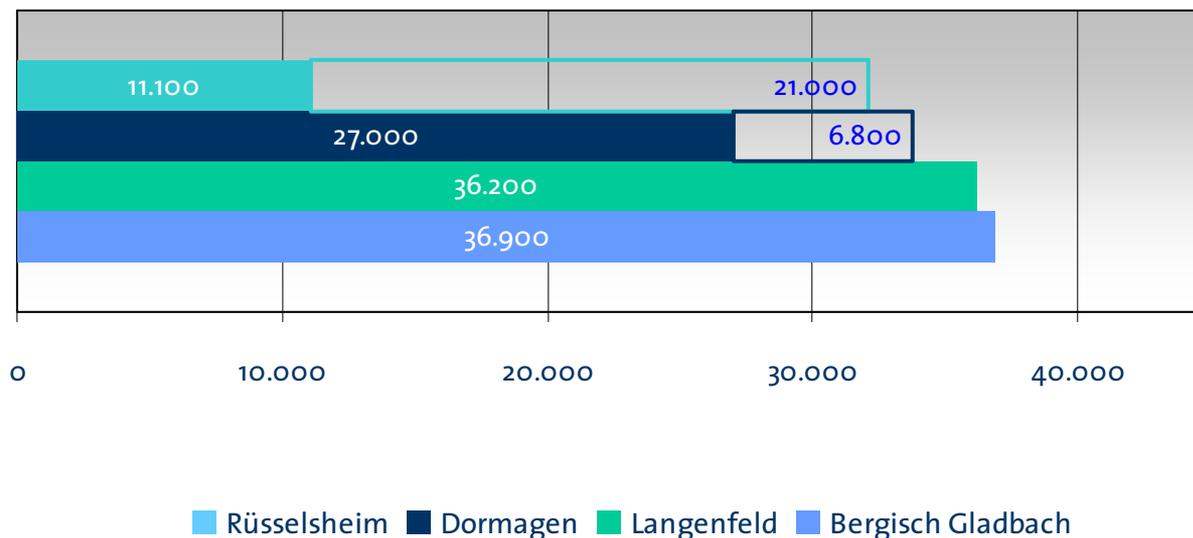


Einzelhandelsbestand Innenstadt 2012

Branche	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in qm	in %
Nahrungs- und Genussmittel	16	18,5	1.200	10,5
Gesundheit, Körperpflege	15	17,0	1.500	13,5
Blumen, Pflanzen, Zoobedarf	2	2,5	100	1,0
Nahversorgungsrelevanter Bedarf	33	38,0	2.800	25,0
Bücher, Schreibwaren, Büro	3	3,5	700	6,5
Bekleidung, Schuhe, Sport	32	37,0	6.000	54,0
Mittelfristiger Bedarf	35	40,0	6.700	60,5
Elektrowaren	9	10,5	600	5,5
Möbel, Einrichtung	9	10,5	900	8,0
Bau, Heimwerker, Gartenbedarf, Autozubehör	1	0,1	100	1,0
Langfristiger Bedarf	19	22,0	1.600	14,5
Summe	87	100	11.100	100

Einzelhandelsbestand Innenstadt

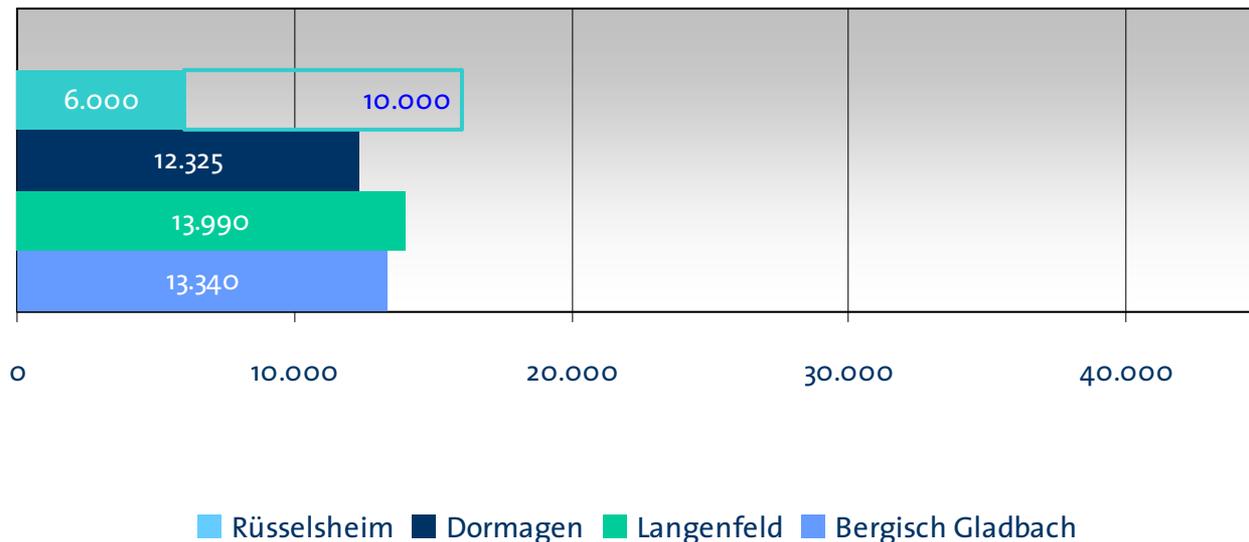
Verkaufsflächenausstattung der Innenstadt im Vergleich zu anderen Mittelstädten (in qm)





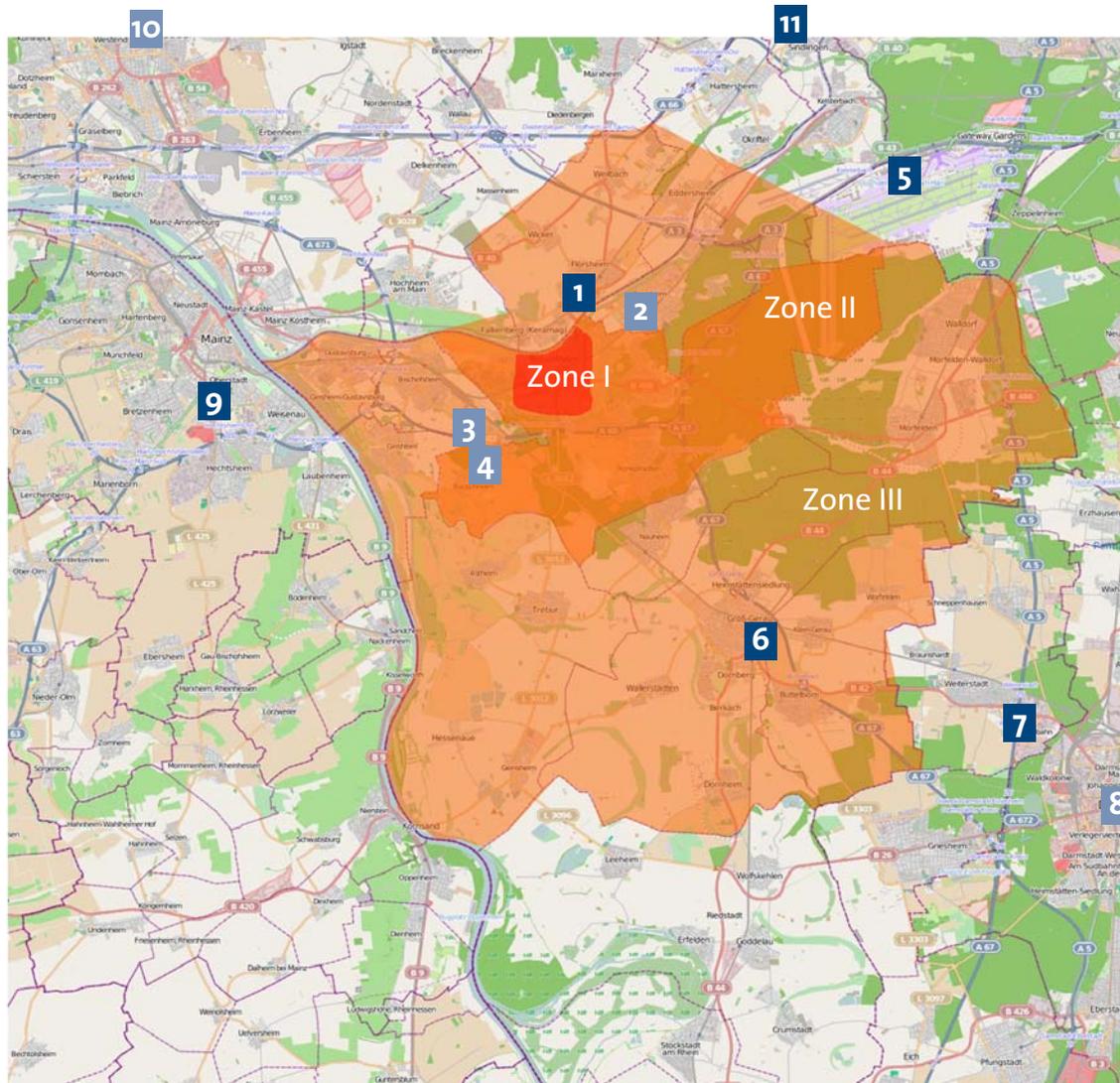
Einzelhandelsbestand Innenstadt

Verkaufsflächenausstattung der Sortimente Bekleidung, Schuhe, Sport im Vergleich zu anderen Mittelstädten (in qm)





Einzugsbereich und Wettbewerbssituation



- 1** Flörsheim – Kolonnaden
- 2** Raunheim – EKZ Mainspitze
- 3** Bischofsheim – FMZ
- 4** Rüsselsheim – Bauschheim
- 5** Frankfurt – Flughafen (geplant)
- 6** Groß-Gerau – Helvetia-Park
- 7** Weiterstadt – Loop 5
- 8** Darmstadt – Innenstadt
- 9** Mainz – Innenstadt
EKZ Ludwigstraße (geplant)
- 10** Wiesbaden Innenstadt
- 11** Hofheim Chinon - Center

**Veränderungen seit 2008
– derzeitige Planungen**



Veränderungen bei Einkaufszentren und Fachmarktzentren in der Region

Stadt	Name	Art	Verkaufsfläche	Ankermieter	Eröffnung/Erweiterung
Flörsheim	Kolonnaden	EKZ	ca. 10.000 qm	REWE, Aldi, DM, NKD, Deichmann	Eröffnung 2010
Groß-Gerau	FMZ Helvetia Parc	FMZ	ca. 16.000 qm	Toom, Rewe, Aldi, ProMarkt	Eröffnung 2008
Weierstadt	Loop 5	EKZ	ca. 56.000 qm	P & C, Saturn, H & M,	Eröffnung 2009
Mainz	EKZ Ludwigstraße	EKZ	ca. 30.000 qm		
Hofheim	Chinon Center	EKZ	ca. 14.500 qm	C & A, H & M, Müller	Eröffnung 2010
Sulzbach	Main-Taunus Zentrum	EKZ	ca. 91.000 qm	Galeria Kaufhof, Karstadt, C & A, P & C, H & M	Erweiterung 2012

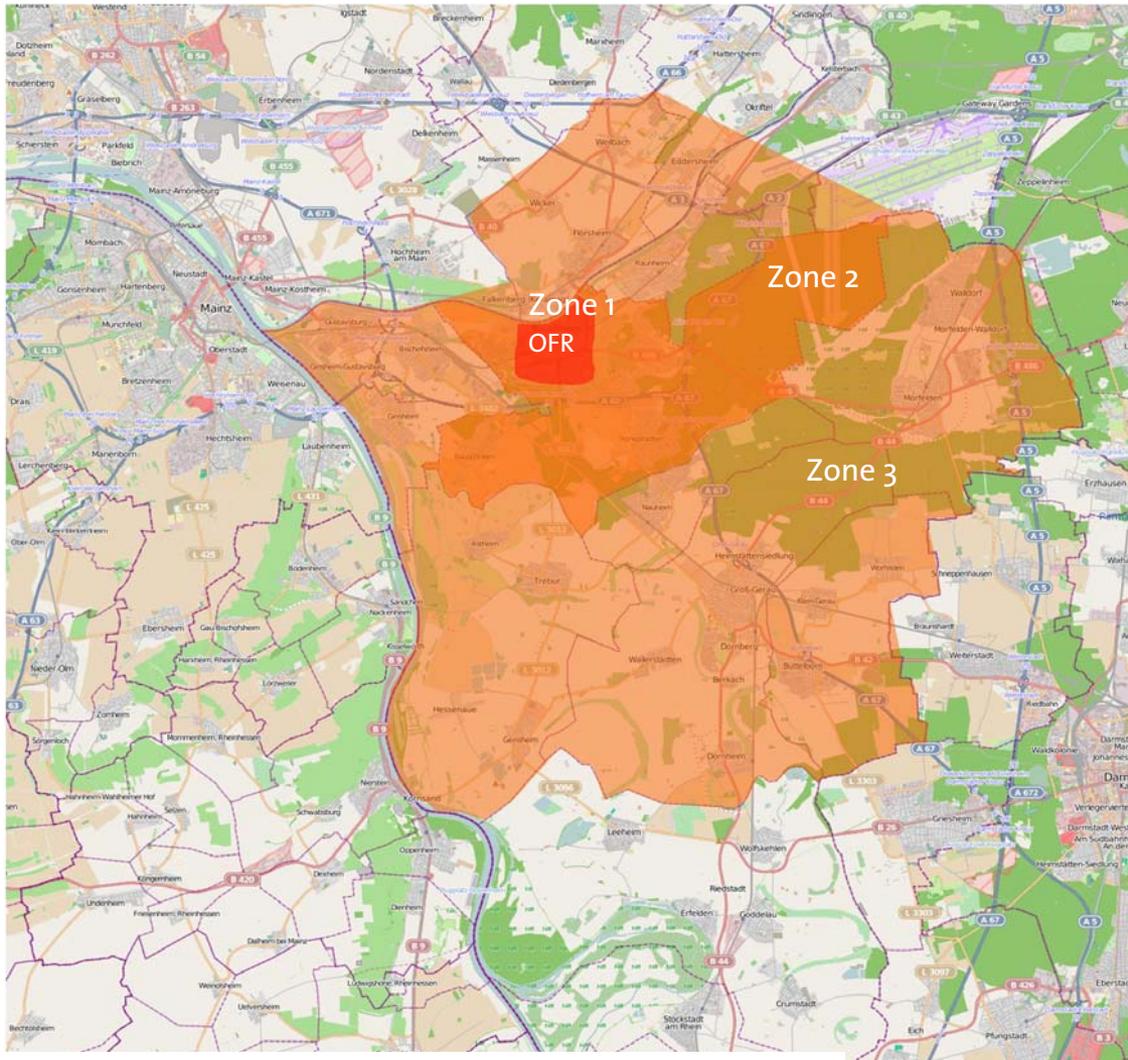


Gegenüberstellung alte und neue Planung OFR

Sortimente	Verkaufsfläche urspr. Planung (in qm)	Verkaufsfläche aktuelle Planung (in qm)	Durchschn. Flächenproduktivität (nach GfK 2008)	Brutto-Umsatz (in Mio. EUR)
Nahrungs- und Genussmittel	./.	3.320	4.900	16,3
Gesundheit und Körperpflege	./.	2.080	4.900	10,2
Periodischer Bedarf	5.400	5.400	4.900	26,5
Bekleidung, Sport, Schuhe	8.700	10.000	3.500	35,0
Technik	4.000	2.300	6.400	14,7
Haushalt und persönlicher Bedarf	5.300	1.300	3.700	4,8
<i>sonst. Einzelhandel</i>		2.000	3.700	7,4
Aperiodischer Bedarf	18.000	15.600	4.000	61,9
Insgesamt	23.400	21.000	4.200	88,4



Einzugsbereich und Wettbewerbssituation nach GfK



Zone 1:

Innenstadt und Teile der umliegenden stat. Bezirke
ca. 9.500 EW

Zone 2

restl. Stadtgebiet Rüsselsheim:
ca. 50.500 EW

Zone 3:

Flörsheim, Raunheim, Trebur,
Mörfelden-Walldorf, Groß-Gerau,
Ginsheim-Gustavsburg,
Bischofsheim, Nauheim,
Teile von Büttelborn, Hochheim
und Hattersheim
ca. 160.000 EW



Kaufkraft im Einzugsgebiet

Sortimente	Umsatz (in Mio. EUR)	Kaufkraft (in Mio. EUR)			Bruttoumsatz OFR	
	Innenstadt	Zone 1 +2 (Gesamtstadt)	Zone 3 (außerhalb)	Zone 1-3	Brutto- Umsatz OFR (in Mio. EUR)	Marktanteil (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	7,7	114,1	322,4	436,5	16,3	3-4
Gesundheit und Körperpflege	14,7	48,8	138,1	186,5	10,2	5-6
Periodischer Bedarf	22,4	162,9	460,5	623,4	26,5	4-5
Bekleidung, Sport, Schuhe	14,4	38,4	108,7	147,1	35,0	23-24
Technik	3,2	31,8	90,0	121,8	14,7	12
Haushalt und persönlicher Bedarf	6,9	30,5	86,4	116,9	4,8	4
Aperiodischer Bedarf	27,1	100,7	285,0	385,7	54,5	14
sonst. Einzelhandel	1,0	71,5	202,3	273,8	7,4	-3
Insgesamt (inkl. sonst. Einzelhandel)	49,5 (50,5)	263,6 (335,2)	745,5 (947,8)	1.009,1 (1.283,0)	81,0 (88,4)	8 (7)



Annahmen zur Positionierung

Planvorhaben: Einkaufszentrum, mit ca. 21.000 qm Verkaufsfläche

- funktionierende Verkehrsanbindung
 - attraktiver Branchen- und Mietermix
 - Agglomerationseffekte durch Innenstadtlage
 - intensive Werbung in der Region
-
- bei Ansatz branchenüblicher Flächenproduktivitäten) kann eine Umsatzleistung von rund 88,4 Mio. EUR (ca. 4.200 EUR/qm Verkaufsfläche) erwartet werden



Voraussichtliche Umverteilungseffekte in Rüsselsheim

Sortimente	Brutto-Umsatz OFR (in Mio. EUR)	Umsatz Innenstadt (in Mio. EUR.)	Umverteilung Innenstadt		Umsatz sonst. Standorte (in Mio. EUR)	Umverteilung sonstige Standorte	
			In Mio. EUR	In %		In Mio. EUR	(in %)
Nahrungs- und Genussmittel	16,3	7,7	0,7	9	78,8	2	2-3
Gesundheit und Körperpflege	10,3	14,7	1,8	12-13	18,3	0,7	4
Periodischer Bedarf	26,5	22,4	2,5	11-12	97,1	2,7	2-3
Bekleidung, Sport, Schuhe	35,0	14,4	4,3	29	4,4	0,2	5-7
Technik	14,7	3,1	0,8	25	3,9	0,3	6-7
Haushalt und persönlicher Bedarf	4,8	6,9	0,6	8-9	14,8	0,8	5-6
Aperiodischer Bedarf	54,4	24,4	5,7	23-24	23,1	1,3	5-6
<i>sonst. Einzelhandel</i>	7,4	1,0			81,8		
Insgesamt	81,0 (88,4)	46,8 (47,8)	8,2	17-18	120,2 (202)	4,0	3-4



Voraussichtliche Umsatzherkunft im Überblick

Sortimente	Brutto-Umsatz OFR (in Mio. EUR)	Umverteilung Innenstadt (in Mio. EUR)	Umverteilung sonstige Standorte (in Mio. EUR)	Umverteilung außerhalb (in Mio. EUR)
Nahrungs- und Genussmittel	16,3	0,7	2,0	13,5
Gesundheit und Körperpflege	10,2	1,8	0,7	7,7
Periodischer Bedarf	26,5	2,5	2,7	21,2
Bekleidung, Sport, Schuhe	35,0	4,3	0,2	30,5
Technik	14,7	0,8	0,3	13,6
Haushalt und persönlicher Bedarf	4,8	0,6	0,8	3,4
Aperiodischer Bedarf	55,1	5,7	1,3	47,5
<i>sonst. Einzelhandel</i>	7,4			
Insgesamt	81,0 (88,4)	8,2	4,0	68,8

Umsatzherkunft OFR im Überblick

(in Mio EUR.)



■ Umverteilung Innenstadt
■ stärkere Kaufkraftbindung im Stadtgebiet

■ Umverteilung sonstige Standorte Stadtgebiet
■ erhöhte Umsatzzuflüsse von außerhalb

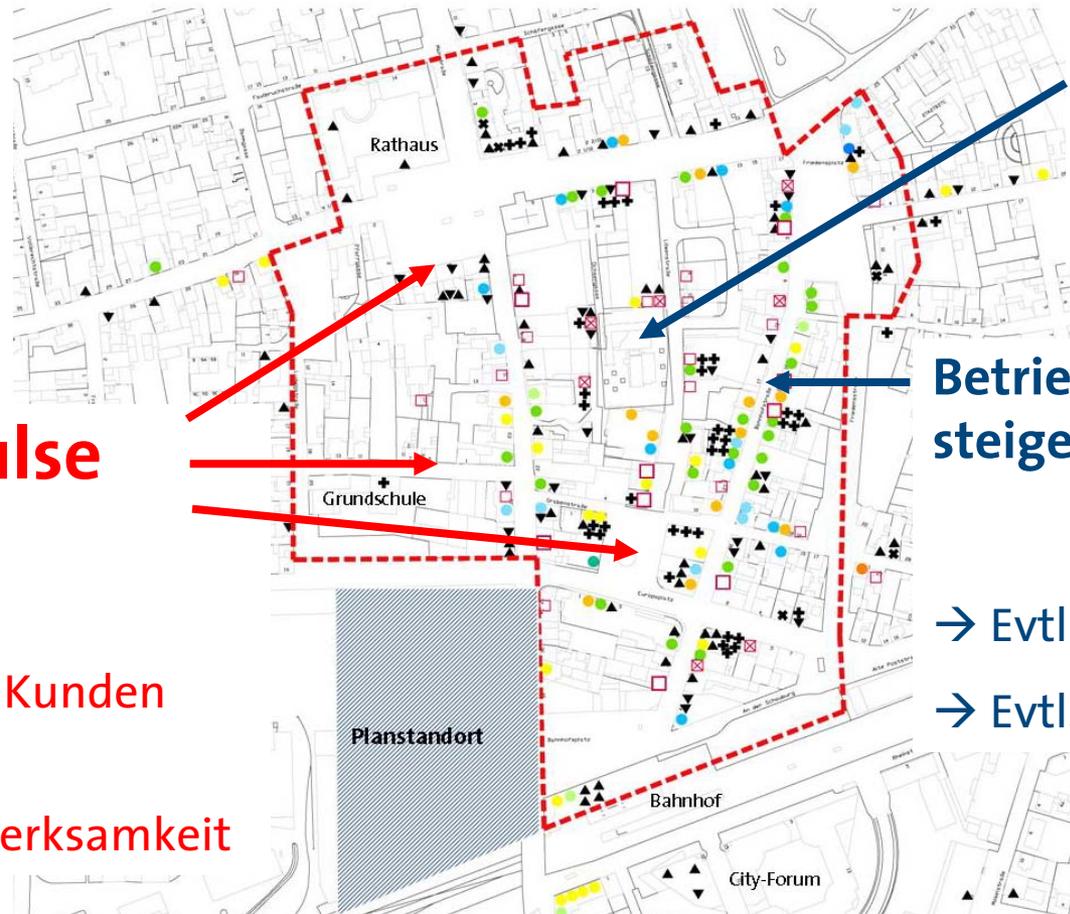


Gängige Marken/ Filialisten in vergleichbaren Einkaufszentren

- Bonita
- C & A
- Cecil
- edc / Esprit
- Gerry Weber
- Marc O'Polo
- Mexx
- New Yorker
- Vero Moda
- Tally Weijl
- Engbers
- Jack & Jones
- Jack Wolfskin
- S. Oliver
- H & M
- Camp David
- Hussel
- Street One
- Ulla Poppken
- Tom Tailor
- BIBA
- Desigual
- Mango
- Hunkemöller
- Guess
- Only
- We Fashion
- Promod
- dm
- Douglas
- Fielmann
- Bijou Brigitte
- I am
- Christ
- Food Locker
- Runners Point
- Görtz / Görtz 17
- Sidestep
- Tamaris
- Saturn

Mögliche städtebauliche Wirkungen

Innenstadt Rüsselsheim



Verlagerung

Impulse

Betriebsaufgaben wegen
steigendem Wettbewerb

- Neue Kunden
- Neue Aufmerksamkeit

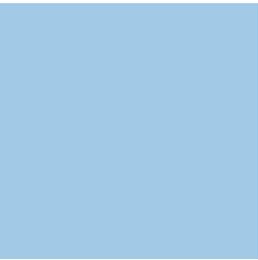
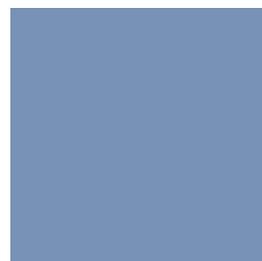
→ Evtl rückläufige Frequenzen

→ Evtl. Leerstände

Fazit und Empfehlungen

- OFR als Chance zur Reaktivierung der Innenstadt als Einkaufsplatz
→ neue Frequenzen, neue Qualitäten, neue Zielgruppen
- Einflussnahme auf Dimensionierung und Struktur, gemeinsame Vermarktung mit Bestand
- Begleitmaßnahmen zur Stärkung des Bestandes
 - Schlüsselimmobilien belegen
 - Eigentümer einbinden
 - Öffentlichen Raum aufwerten





**Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!**