



Wissen schafft Zukunft.

Standortbestimmung des Einzelhandels der Hansestadt Wipperfürth - Einzelhandelskonzept -

Zwischenbericht im Ausschuss für
Stadtentwicklung und Umwelt
am 13.06.2018

Dipl.-Ing. Peter U. Berger, Much
Dipl.-Volksw. Corinna Küpper, BBE Köln

PETER URBAN **BERGER**

Dipl.-Ing. Architekt | Stadtplaner

BBE

Handelsberatung

InHK Hansestadt Wipperfürth

Weniger Durchgangs- und Schleichverkehr
im „Wohnzimmer“ der Stadt

Gut begehbar, barrierefrei
und behindertengerecht

Attraktive Möglichkeiten
zur Innenstadtbebauung
durch neues Planungsrecht

Mehr Raum für Fußgänger,
Straßen und Plätze
mit Aufenthaltsqualität,
bessere Vernetzung

**Integriertes
Handlungskonzept
Innenstadt**

Wahrung und Betonung
des ortstypischen
Gassensystems

Stärkung im Verbund:
Klosterberg – Innenstadt – Wupperaue
Städtische Attraktionen locken
Kunden und Besucher

Wohnen, Arbeiten, Einzelhandel:
Gemeinsam sind wir stärker!
Öffentlichkeitsarbeit
und Beteiligung aller Akteure

Gut erreichbar, auf kurzen Wegen –
ausreichende Parkmöglichkeiten

Gute Radverkehrsanlagen,
das Fahrrad als Verkehrsmittel stärken,
attraktiver ÖPNV

Gestaltungssatzung als
Rahmen für die Gestaltung der
Fassaden und des öffentlichen
Raumes

© Stadt Wipperfürth

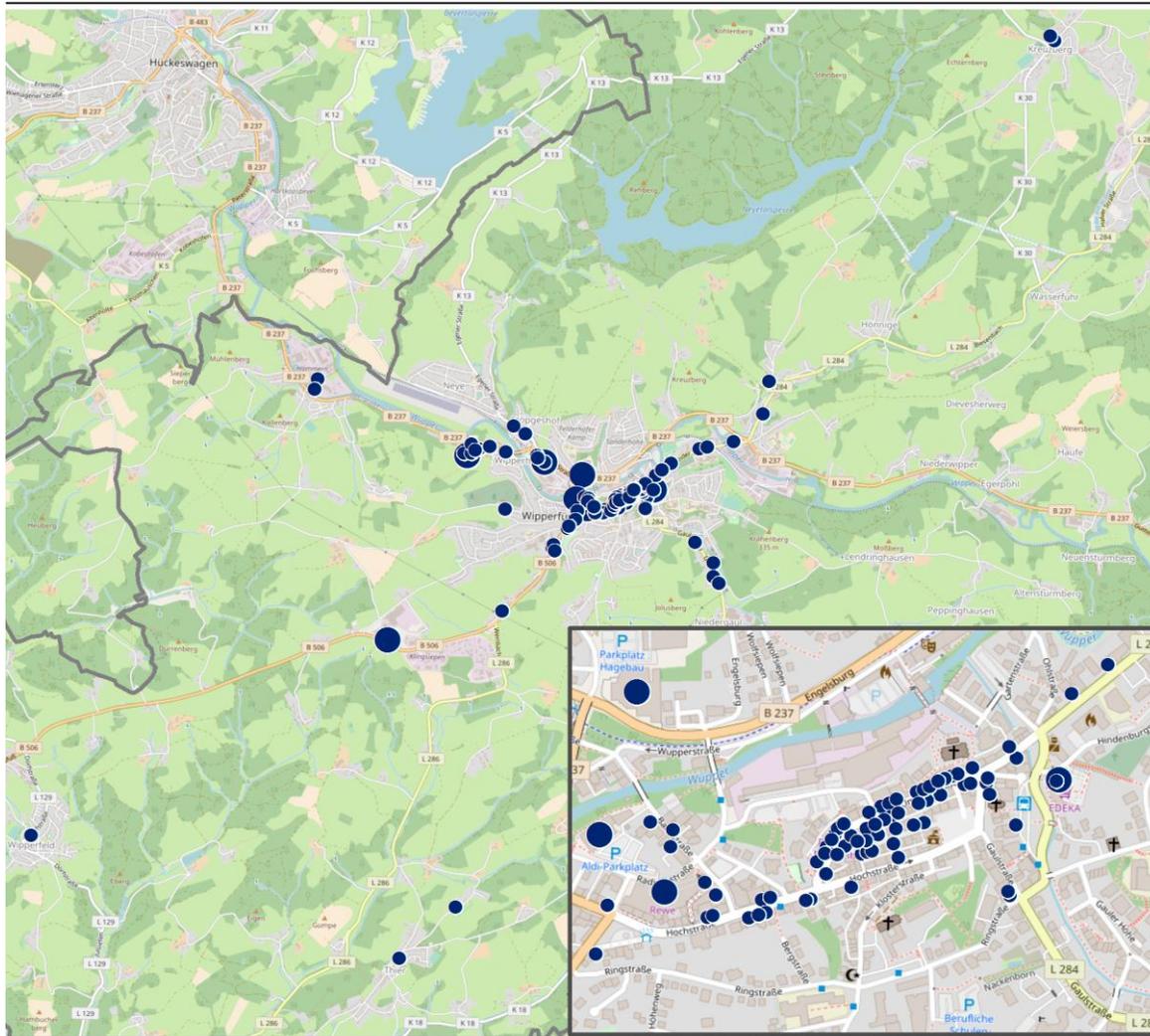
Standortbestimmung des Einzelhandels der Hansestadt Wipperfürth (Auftrag Februar 2018)

- verlässliche, vor Ort recherchierte Daten zur Einzelhandelssituation der Stadt Wipperfürth datierten aus dem Jahr 2006 (GMA-Einzelhandelskonzept)
- zwischenzeitlich erhebliche Veränderungen der markt- und absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen des Einzelhandels, insbesondere Wachstum des Onlinehandels / Zunahme des filialisierten Einzelhandels
- deutliche Anzeichen eines Erosionsprozesses im innerstädtischen Einzelhandel der Stadt Wipperfürth, speziell Rückgang inhabergeführter Fachgeschäfte
- primärstatistische Erhebungen und Befragungen in Wipperfürth (März 2018):
 - Betriebsstätten-Vollerhebung
 - Kundenwohnortenerhebung (43 Betriebe mit 41.940 Kundenerfassungen)
 - repräsentative, schriftliche Bürgerbefragung (594 Fragebögen)

Einzelhandel in Wipperfürth

PETER URBAN BERGER
Dipl.-Ing. Architekt | Stadtplaner

BBE
Handelsberatung



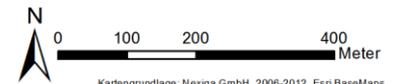
Verteilung der Einzelhandelsbetriebe

Verkaufsfläche in m²

● ≤ 800 m²

● > 800 m²

□ Gemeindegrenzen



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006/2012, Esri BaseMaps

Einzelhandelsausstattung nach Ortsteilen

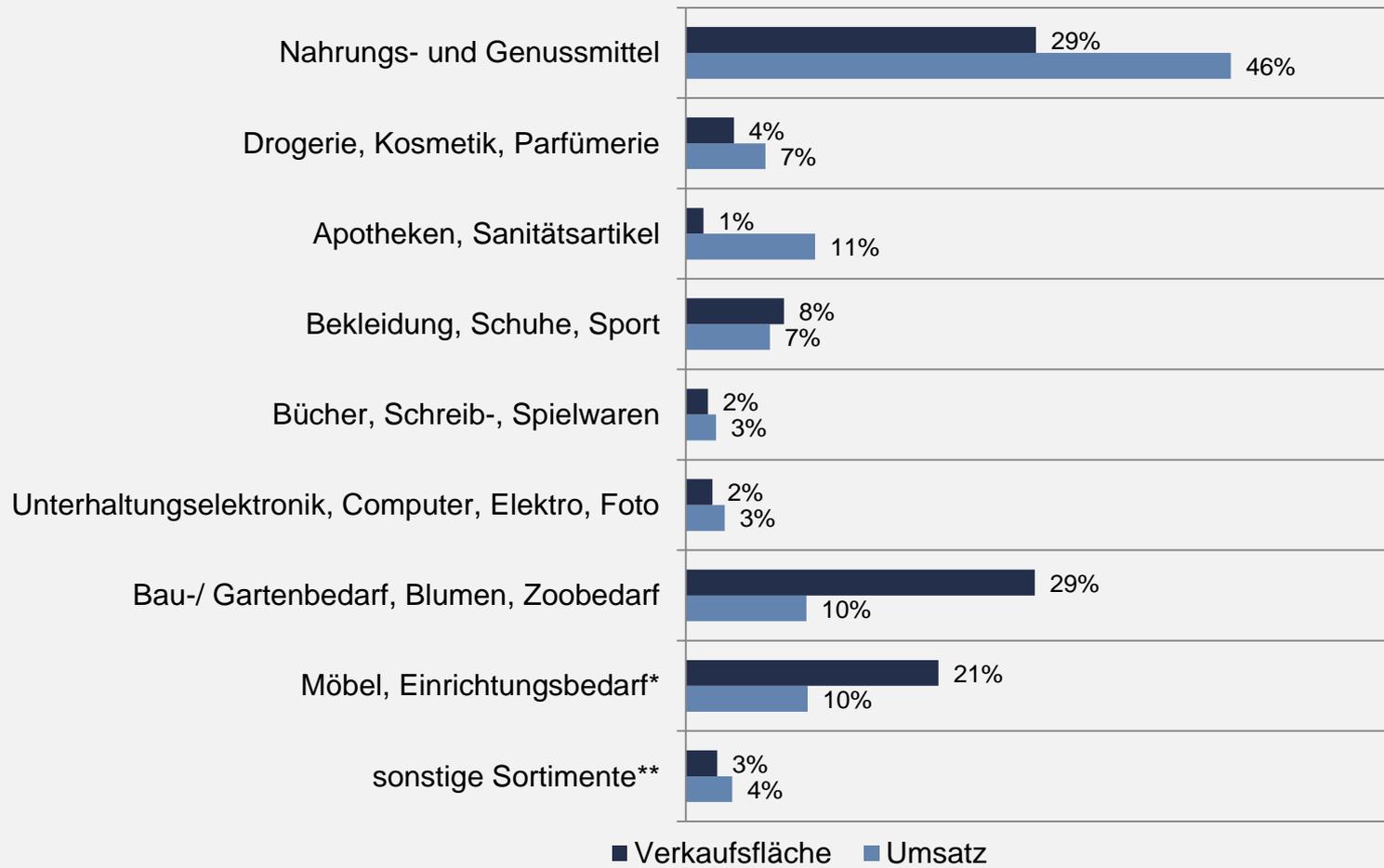
PETER URBAN **BERGER**

Dipl.-Ing. Architekt | Stadtplaner

BBE

Handelsberatung

Ortsteil	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Einwohner	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %	abs.	in %
Stadtzentrum inkl. Hämmern	118	93,6	32.760	92,6	107,3	96,7	13.323	60,7
Kreuzberg	4	3,2	660	1,9	1,8	1,6	1.791	8,2
sonstige Ortsteile	4	3,2	1.940	5,5	1,9	1,7	6.813	31,1
Stadt Wipperfürth gesamt	126	100,0	35.360	100,0	111,0	100,0	21.927	100,0



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunstgegenstände, Bilderrahmen

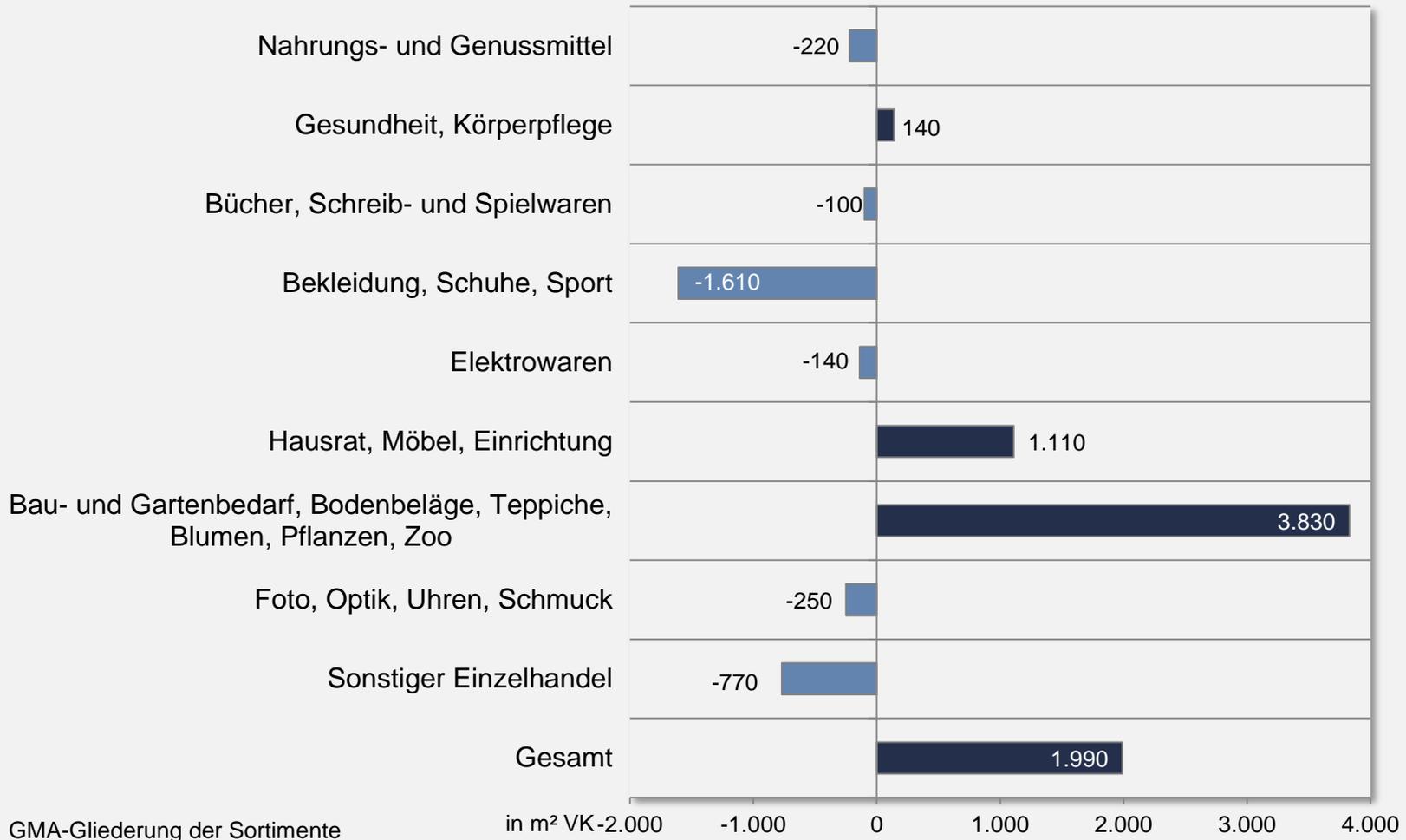
Verkaufsflächenentwicklung 2006 - 2018

PETER URBAN **BERGER**

Dipl.-Ing. Architekt | Stadtplaner

BBE

Handelsberatung



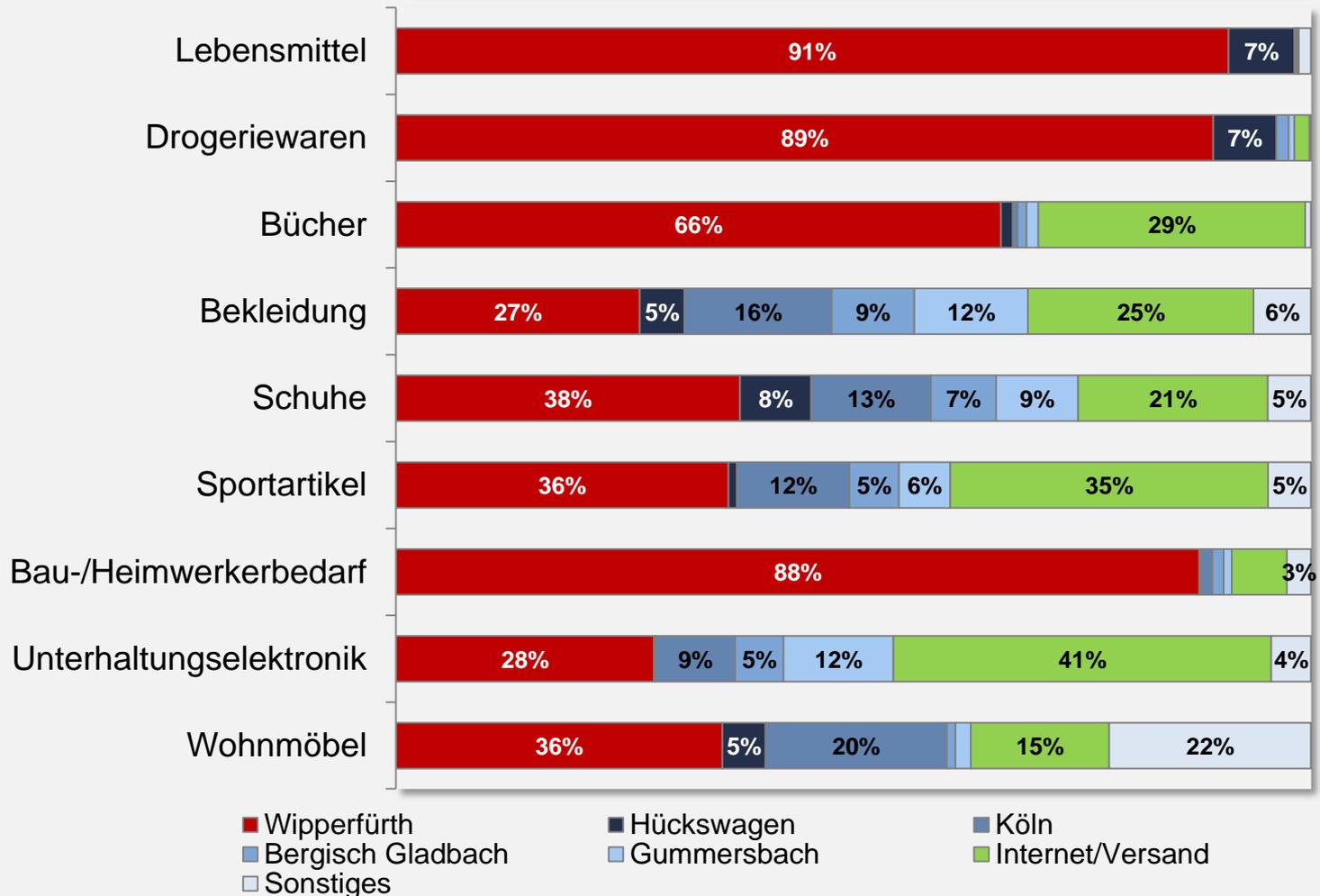
Einkausorientierung der Wipperfürther Bürger

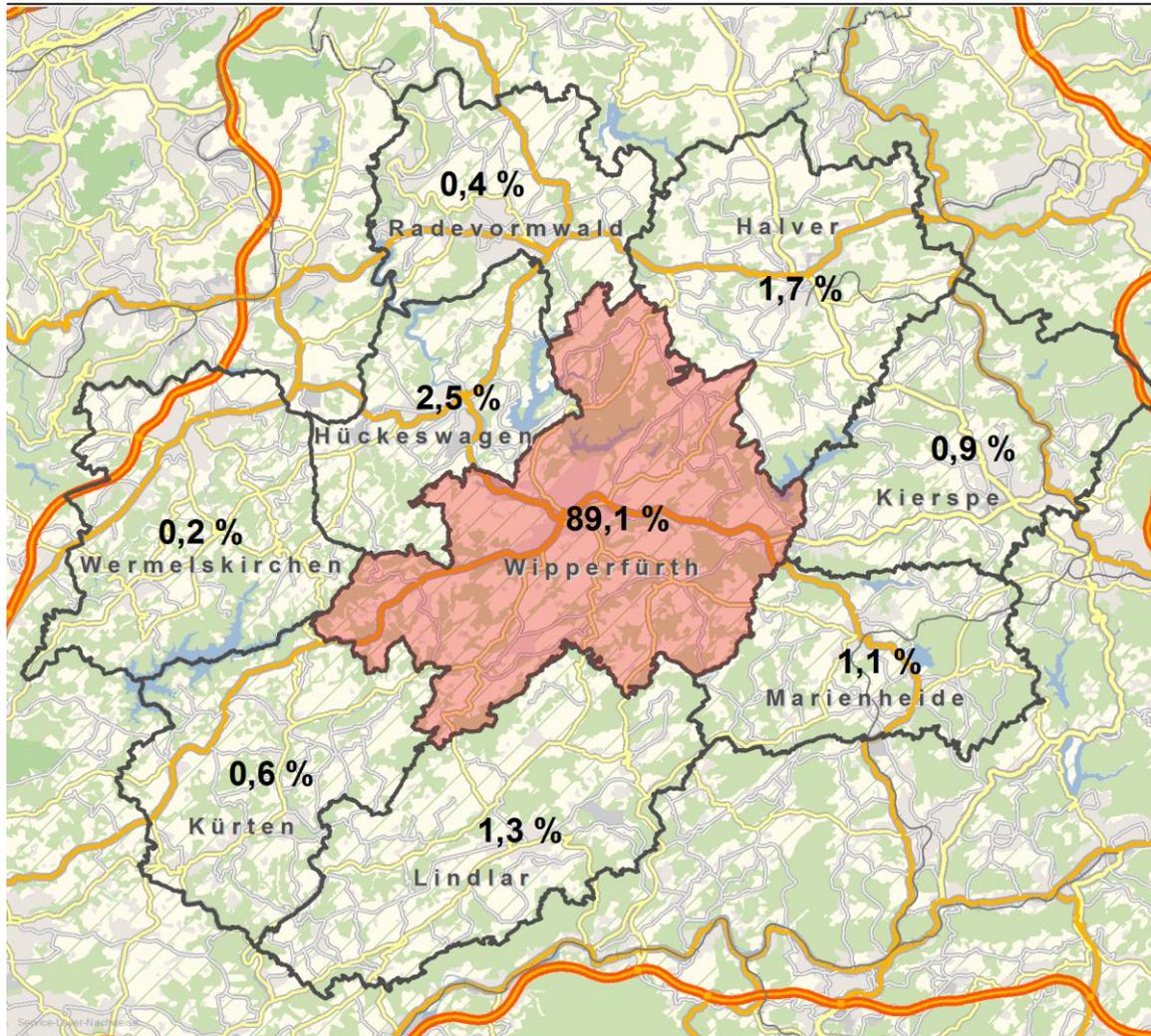
PETER URBAN **BERGER**

Dipl.-Ing. Architekt | Stadtplaner

BBE

Handelsberatung



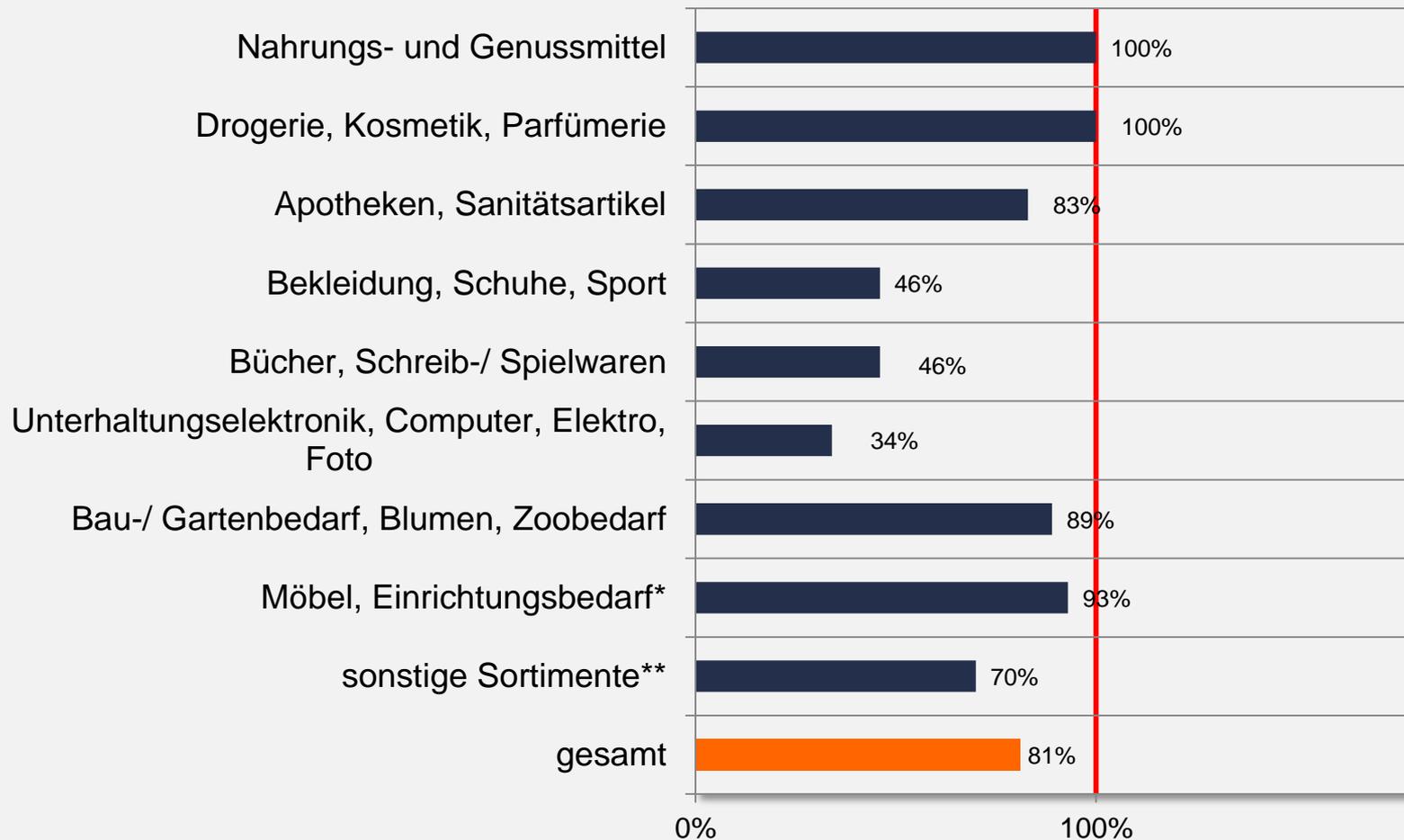


Kundenherkunft und Einzugsgebiet

-  Gemeindegebiet Wipperfürth
-  Gemeindegrenzen



0 1,75 3,5 7 Kilometer
Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst

Fazit zur Angebots- und Nachfrageanalyse

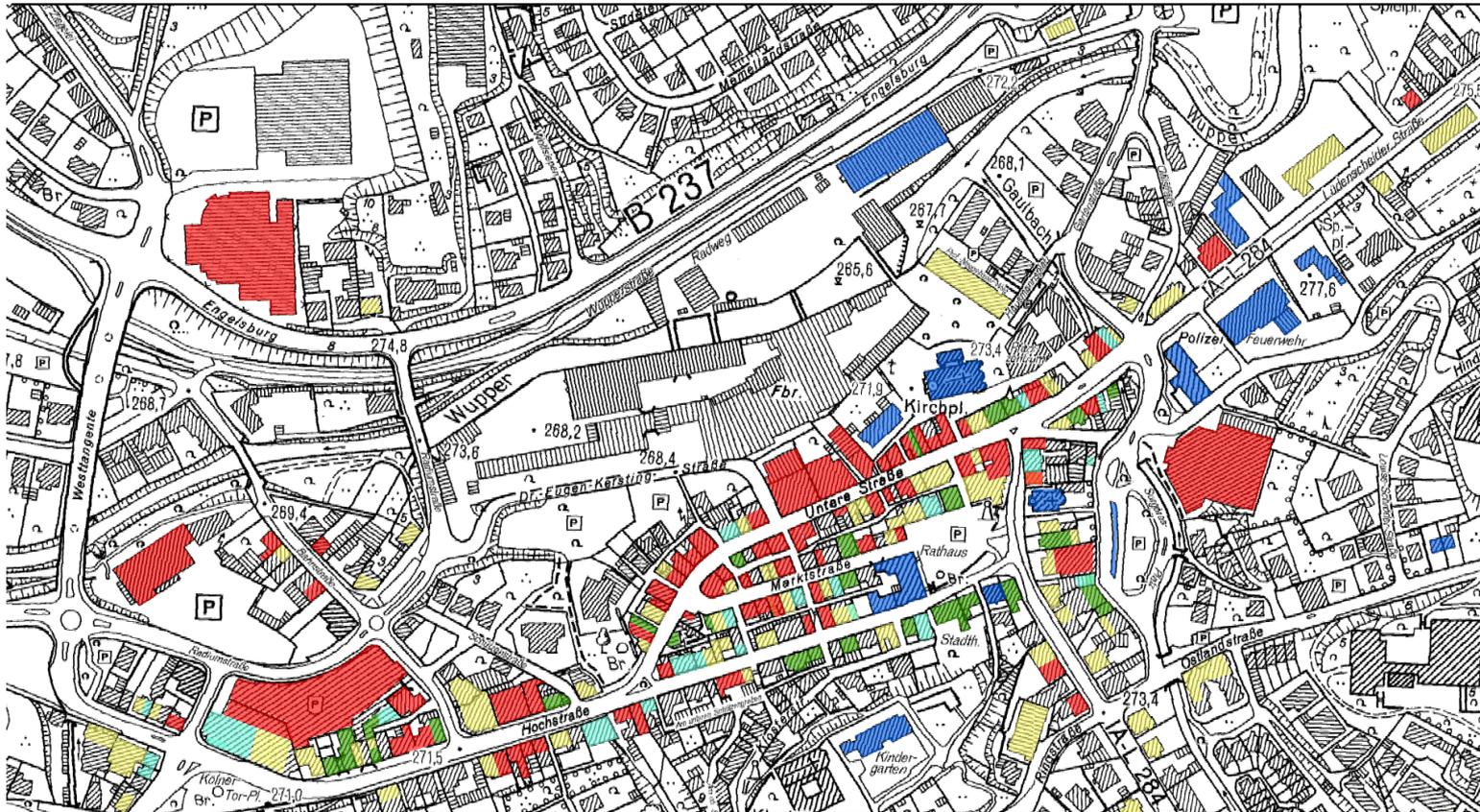
PETER URBAN **BERGER**

Dipl.-Ing. Architekt | Stadtplaner

BBE

Handelsberatung

- Versorgungsfunktion für Wipperfürther Bevölkerung (vor allem Nahversorgung sowie Bau- und Heimwerkerbedarf)
- Bedeutungsgewinn des Onlinehandels in veränderter Angebotsstruktur ablesbar, zukünftig weiter steigende Bedeutung des Nahversorgungseinzelhandels + Entwicklungspotenziale im Zusammenhang mit der touristischen Attraktivität
- Standortsicherung der Innenstadt durch Erhalt der Nahversorgung und ergänzende Angebotsformate bei Bekleidung, Schuhen und Sport sowie Entwicklung ergänzender dienstleistungs- und gastronomiebezogener Nutzungen
- Betriebliche Weiterentwicklung bei Möbel-/ Einrichtungsbedarf sowie Bau- und Heimwerkerbedarf
- Nur begrenzte Entwicklungspotenziale bei Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik, Büchern und Spielwaren aufgrund Online-Konkurrenz



Nutzungsstruktur in Wipperfurth

- | | | | |
|---|------------------|---|---------------------------|
|  | Einzelhandel |  | Gastronomie |
|  | Leerstand |  | öffentliche Einrichtungen |
|  | Dienstleistungen | | |



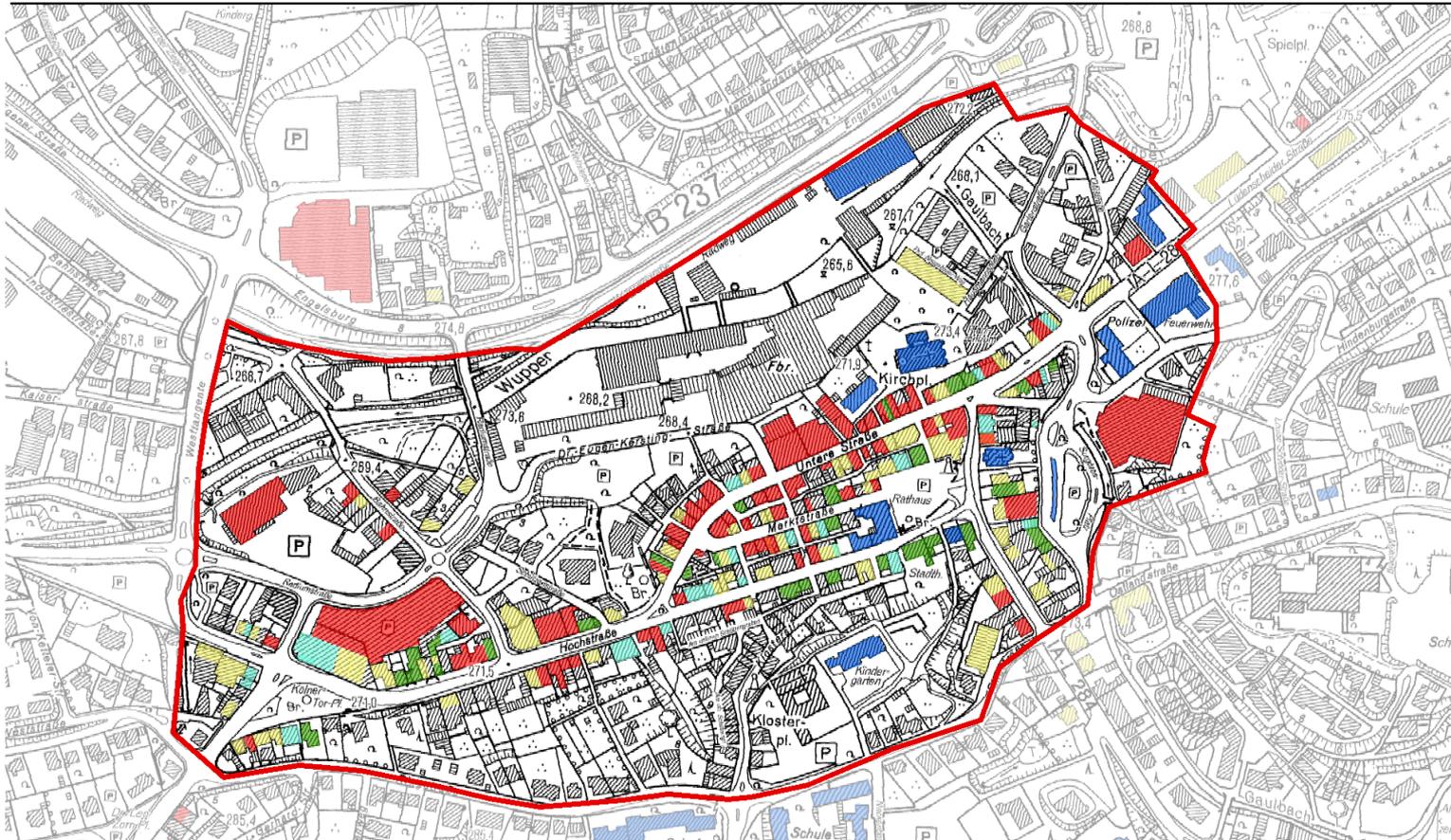
0 50 100 200
Meter

Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

Zentraler Versorgungsbereich

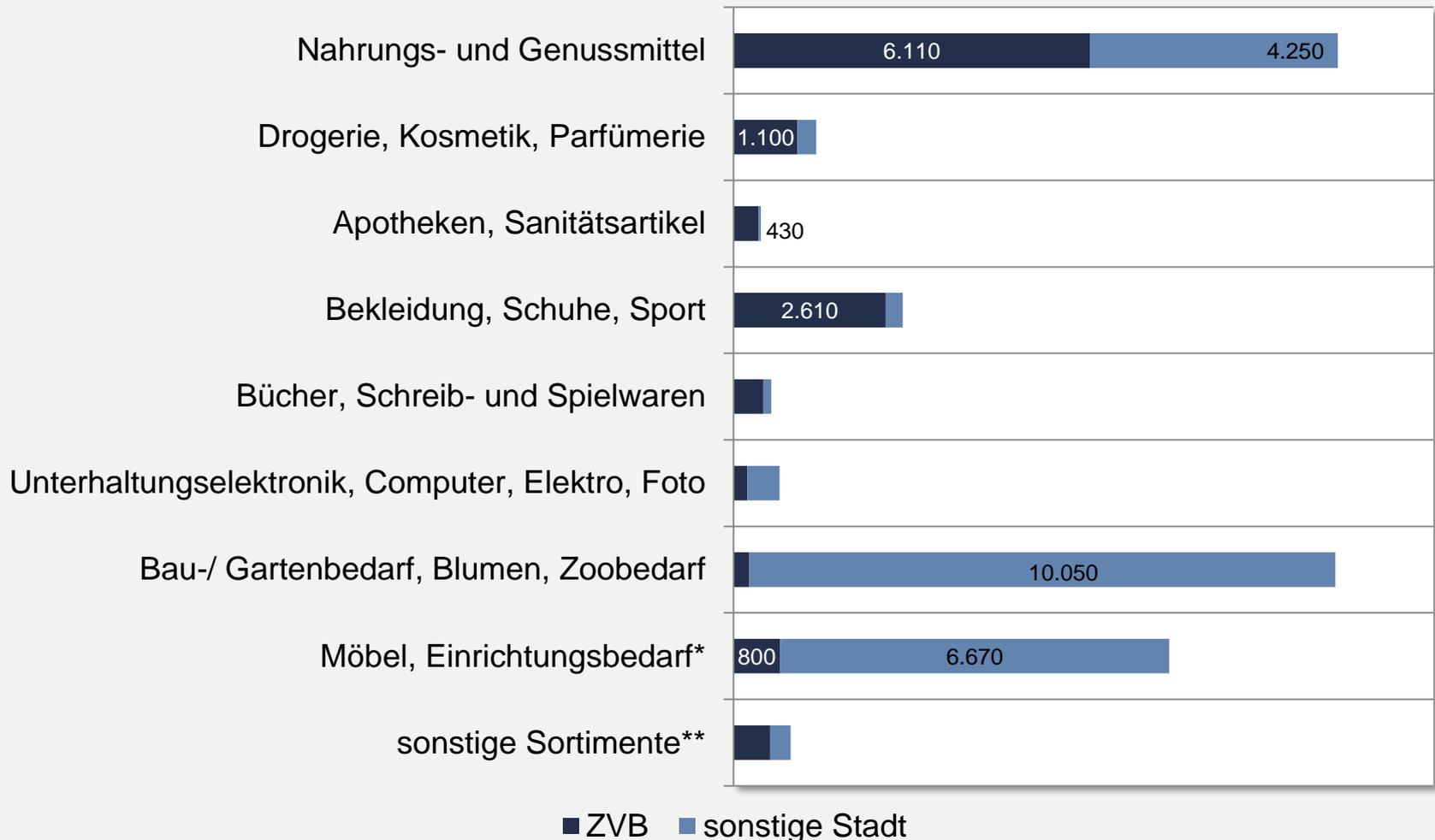
PETER URBAN **BERGER**
Dipl.-Ing. Architekt | Stadtplaner

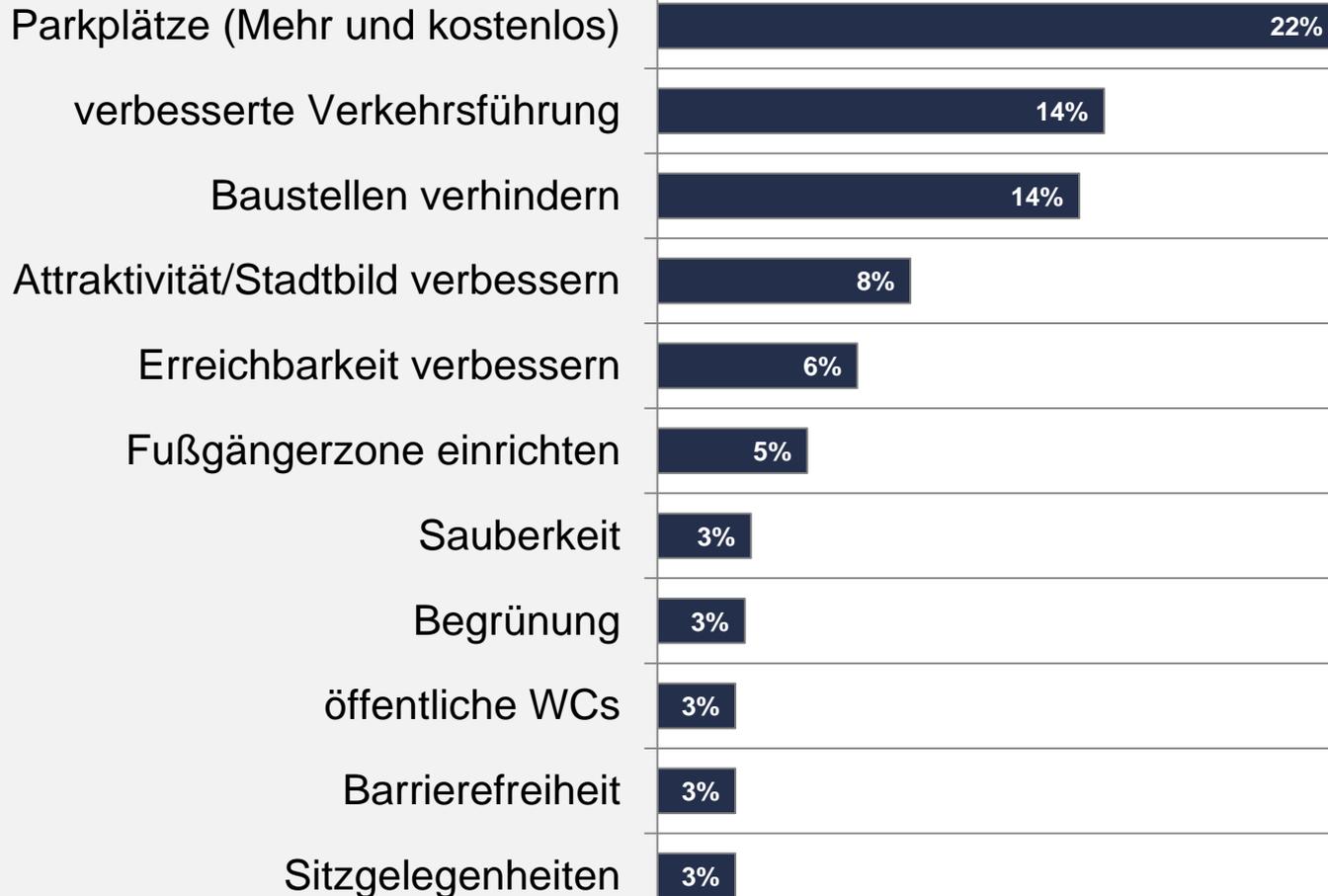
BBE
Handelsberatung



Nutzungsstruktur in Wipperfürth







- Aufgrund externer und ortsspezifischer Einflüsse seit 2006 deutlicher Zentralitätsverlust des innerstädtischen Einzelhandels (Rückgang der Betriebe und Verkaufsfläche um 26 %, Umsatzverlust real 19%) durch Aufgabe von Fachgeschäften mit anspruchsvollem Angebot
- Gegen eine weitere Dezentralisierung der Einzelhandelsfunktionen koordiniertes Handeln der örtlichen Akteure; der Stadt kommt dabei im Wesentlichen die Aufgabe zu, die Standortentwicklung durch eine nach städtebaulichen Kriterien ausgerichtete Bauleitplanung zu steuern und städtebauliche Defizite abzubauen
- Neben den eingeleiteten städtebaulichen Entwicklungsmaßnahmen im Rahmen des InHK notwendige privatwirtschaftliche Investitionen in die Gebäude, stärkere Erlebnisorientierung in der Stadtgestaltung, Aufwertung des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes sowie der Geschäfts- und Werbegestaltung
- Künftig zu erwartende Strukturveränderungen im Einzelhandel mit Zunahme freigesetzter Geschäftslokale in der Stadtmitte – wirksame Gegenmaßnahmen durch dauerhaft angelegtes, kooperativ arbeitendes Citymarketing und Flächenmanagement mit Impulsen für innovative Nutzungsmodelle