



Präsentation der Ergebnisse

10. März 2014

IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim



**HANDELS
MONITOR**
OSNABRUECK2014

Handelsmonitor Osnabrück

Ausgangslage – Projektbeschreibung – Zielsetzung

Projektbeschreibung

Das Osnabrücker Handelsmonitor



Der Osnabrücker Handelsmonitor ist eine Gemeinschaftsstudie der Osnabrück-Marketing und Tourismus GmbH (OMT), des Osnabrücker City Marketing e.V. (OCM) und der Industrie- und Handelskammer Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim (IHK).

Ziel ist eine bessere Positionierung des Osnabrücker Einzelhandels durch laufende Marktbeobachtungen. Der Handelsmonitor wird jährlich aktualisiert. Auch ein Vergleich von Städten mit vergleichbarer Einzelhandelsstruktur wird dadurch möglich. Dadurch wird die Basis einer strategischen Weiterentwicklung und Attraktivitätssteigerung der gesamten Osnabrücker Einzelhandelslandschaft geschaffen.

Neben der Auswertung von Branchenkennziffern und statistischen Materials werden auch die Handelsbetriebe und andere Gewerbetreibende in der gesamten Stadt Osnabrück als „Netzwerkpartner“ gezielt in die Untersuchungen einbezogen, die wichtige Daten in einer Online-Befragung beigetragen haben. Darüber hinaus wird mit dem „Quartierscheck“ ein Fokus auf Handlungsfelder für ausgewählte Geschäftsstraßen vor Ort ermittelt.

Die in der Analyse und Interpretation eingesetzten Methoden werden so angewendet, dass eine fortlaufende Aktualisierung zur strategischen Steuerung ermöglicht werden kann („Monitoring“-Prinzip). Mit Hilfe der jährlichen Aktualisierungen und dem Einbau von „Sonderthemen“ (z. B.: Passantenfrequenzanalysen, Fokus Tagestouristen) sollen zukünftige Zielgruppen und Markttrends erfasst und gezielter Branchen angesprochen werden.

Durch die Bündelung von Daten, Fakten und Wissen der lokalen Akteure soll ein lebendiges Monitoring-Instrument für die strategische Weiterentwicklung des Oberzentrums Osnabrück etabliert werden.

Akteure

Ziele

Methodik

Perspektiven

Einzelhandel stärkt den Standort

Handelsstandorte in den Medien

In der Mitte liegt die Kraft

Die Großstädte sind besetzt, nun zieht es Einzelhandel und Immobilienwirtschaft in die Klein- und Mittelstädte. Nicht mehr Berlin oder Düsseldorf, nein Meppen, Straubing oder Ingelheim sind en vogue [...]

MEP soll zum Einkaufsdiamanten werden



Wahrzeichen des MEP ist der stählerne Diamant mit gastronomischen Angeboten an den Ufern der Hase.

Das mit Investitionen von 50 Mio. Euro entstandene Einkaufszentrum MEP wurde jüngst in Meppen eröffnet. In 18 Monaten Bauzeit entstanden 13.000 m² Verkaufsfläche für 45 Ladenflächen. Entwi...

Münster: Robert Ley mietet 3.500 qm

Das Euskirchener Modeunternehmen Robert Ley hat rund 3.500 qm Projekt Stadtbereichszentrum Weseler Strasse im Münsteraner angemietet. Das Projekt der Inv [...]

Osnabrück: Neues Modehaus an Großer Straße geplant

Pohland kommt nach Münster

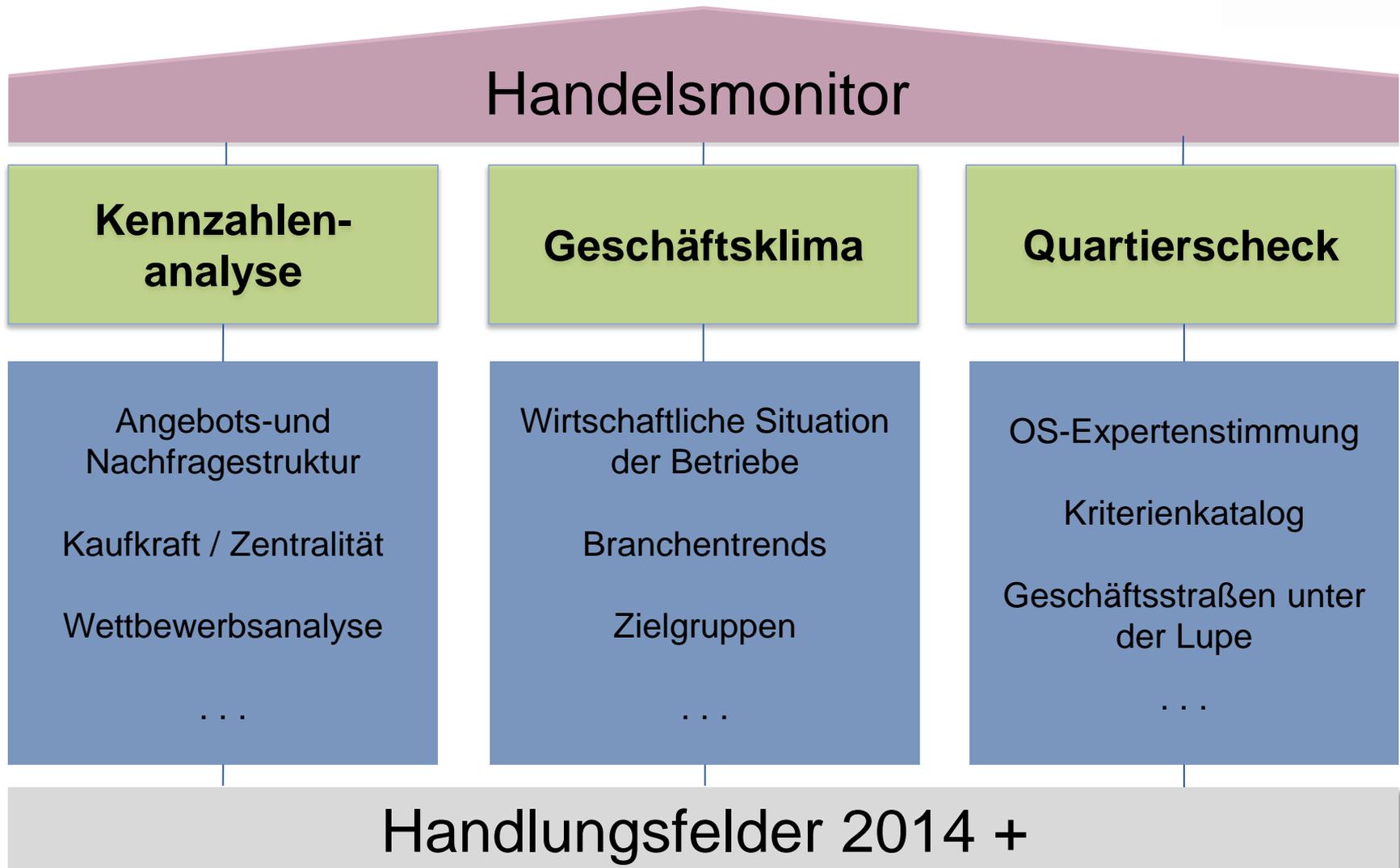
Grundstein für Anbau der Kamp-Promenade in Osnabrück



Anfang September wurde in Osnabrück der Grundstein für den Anbau der Kamp-Promenade gelegt. Der viergeschossige Bau mit 5.300 qm Verkaufsfläche auf dem früheren Woolworth-Areal soll im Frü [...]

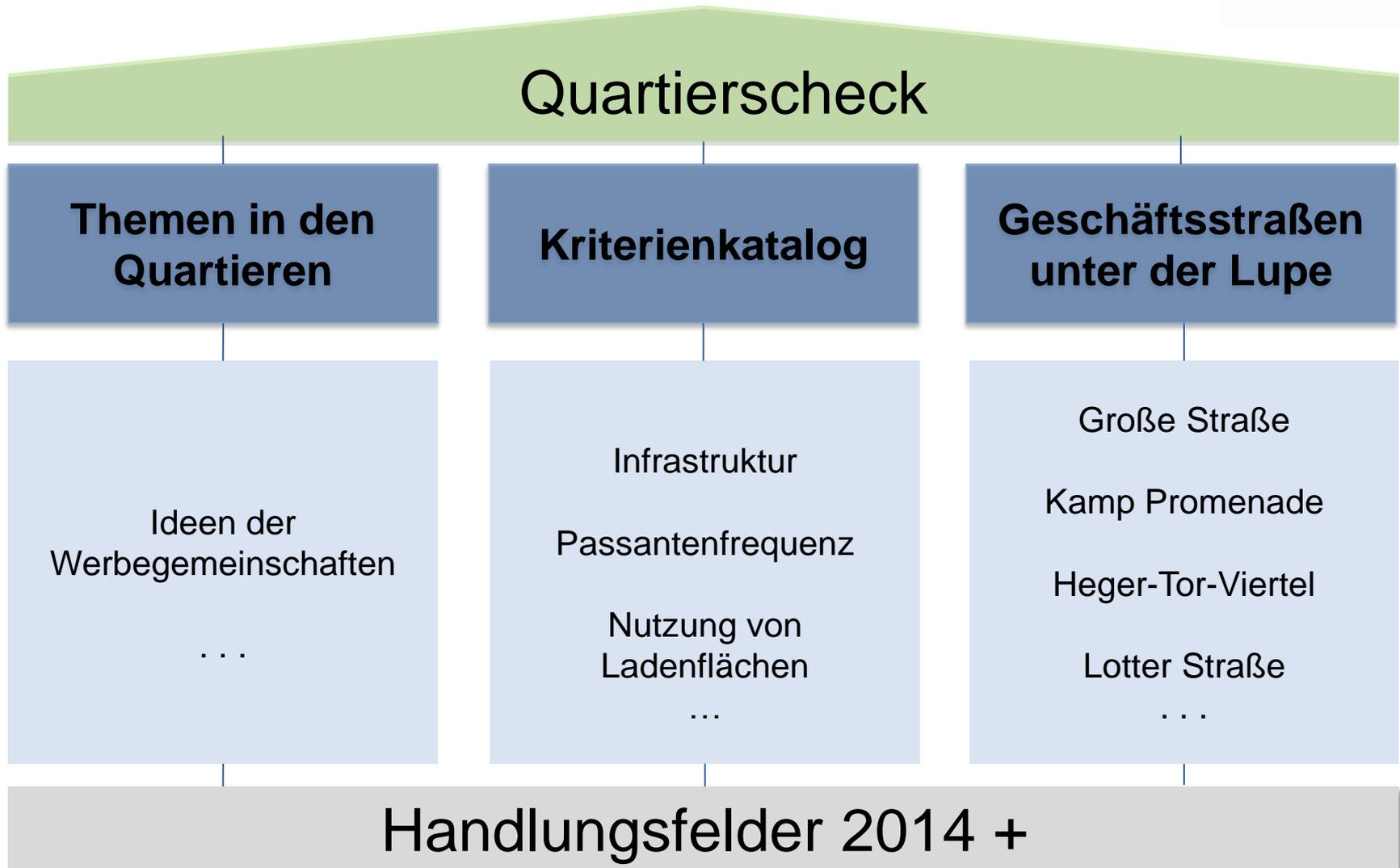
„Die Große Straße zählt schon seit Jahren zu den Einkaufsstraßen in Niedersachsen mit der höchsten Passantenfrequenz. Osnabrück spielt seine Position als Top-Einzelhandelsstandort in Niedersachsen bestens aus.“

Was untersucht wurde











Einzelhandelsstandort Osnabrück 2013/2014

Kennzahlenanalyse - Wettbewerbssituation

Kennzahlenanalyse

Umsätze

Umsatz pro Einwohner
POS-Umsatz
(Einzelhandelsumsatz)
Wettbewerbsumfeld
...

Kaufkraft und Zentralität

Kaufkraftkennziffer
Handelszentralität
...

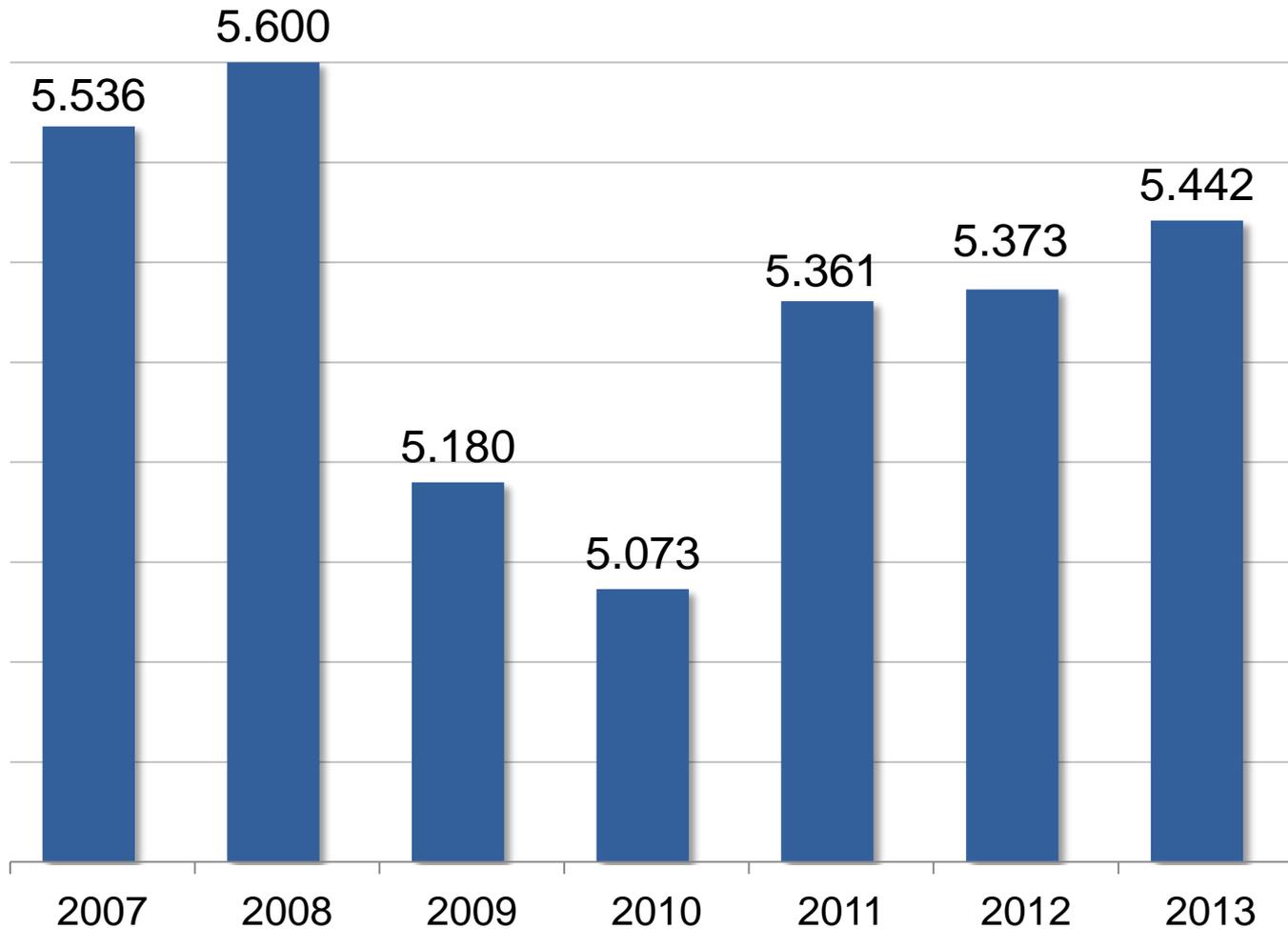
Wettbewerb

Oberzentrenvergleich
Markteinzugsgebiet
...

Handlungsfelder 2014 +

Einzelhandelsstandort Osnabrück

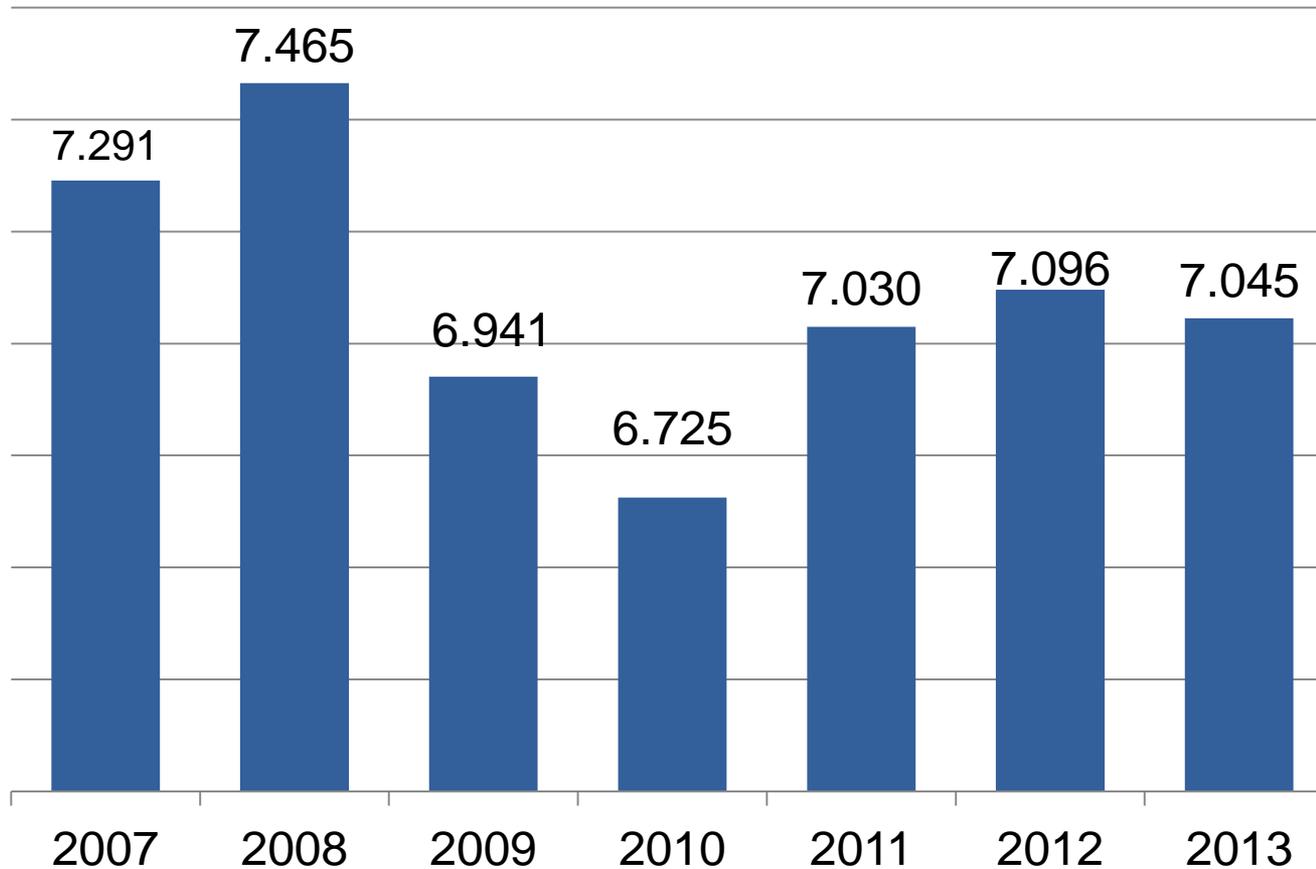
Kaufkraftentwicklung Euro/Einwohner



Quellen: GfK 2007-2013, BBE 2008, NLSKN 2009, CIMA 2009/CIMA 2010, Eigene Berechnungen

Einzelhandelsstandort Osnabrück

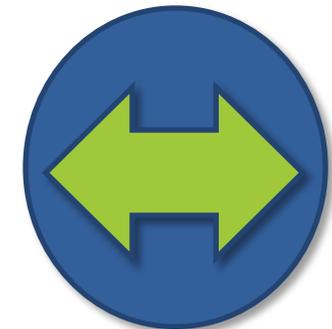
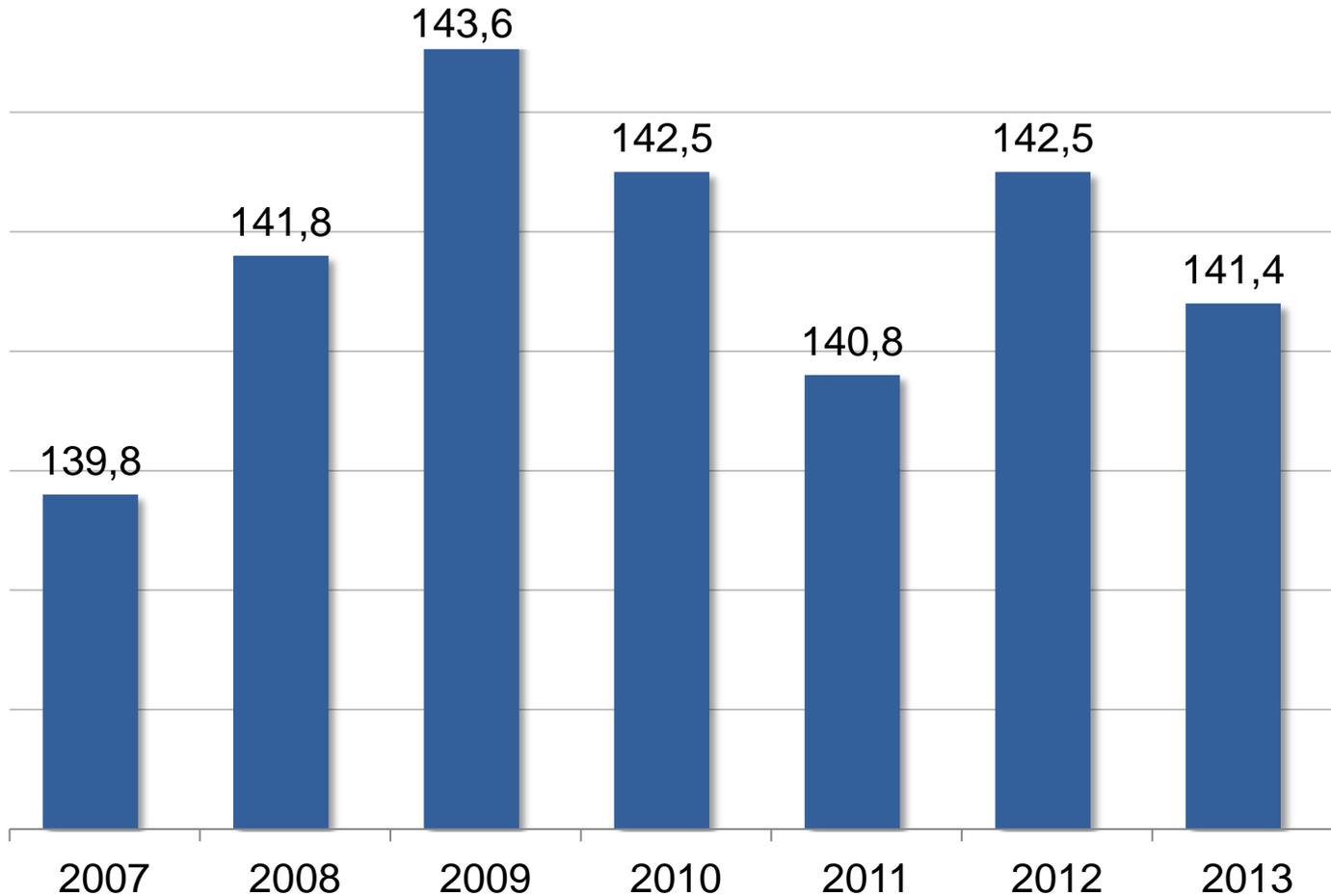
Entwicklung des POS-Umsatz, Umsatz/Einwohner in Euro



Quellen: GfK 2007-2013, BBE 2008, NLSKN 2009, CIMA 2009/CIMA 2010, Eigene Berechnungen

Einzelhandelsstandort Osnabrück

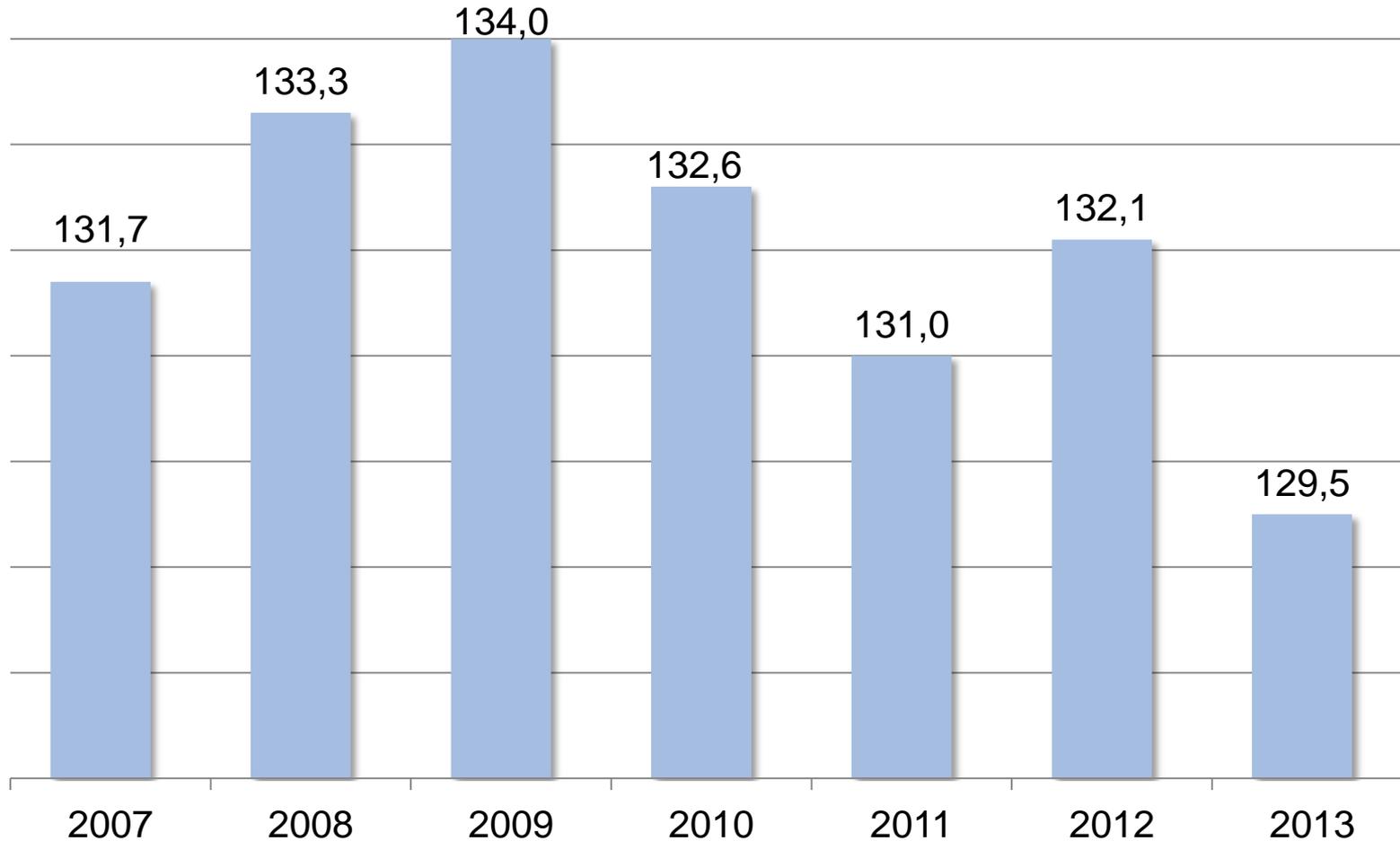
Zentralitäten im Fokus (Zentralitätskennziffer, BRD = 100)



Quellen: GfK 2007-2013, BBE 2008, NLSKN 2009, CIMA 2009/CIMA 2010, Eigene Berechnungen

Einzelhandelsstandort Osnabrück

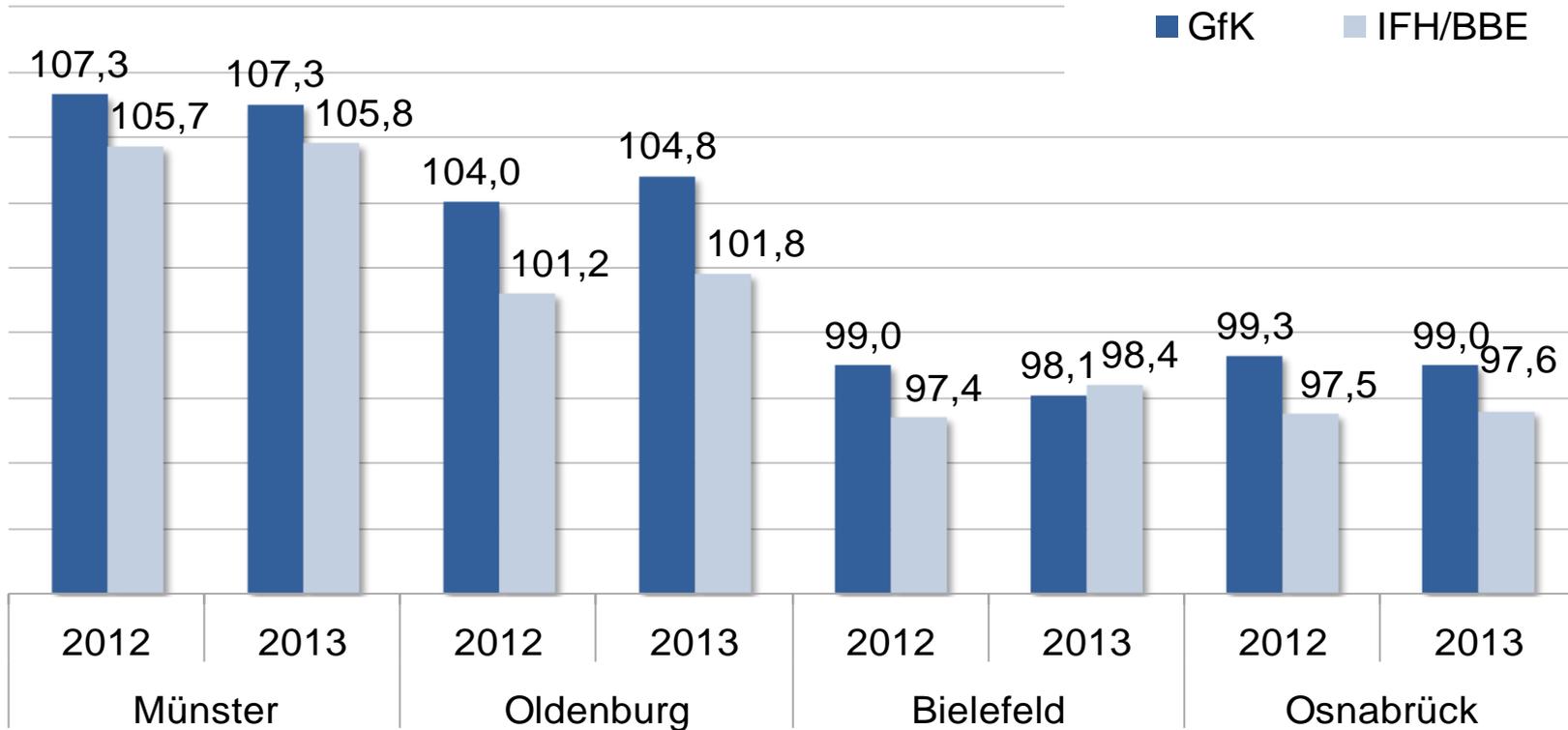
Zentralitäten im Fokus (Handelszentralität vor Ort)



Quellen: GfK 2007-2013, BBE 2008, NLSKN 2009, CIMA 2009/CIMA 2010, Eigene Berechnungen

Osnabrück behauptet sich im Wettbewerb

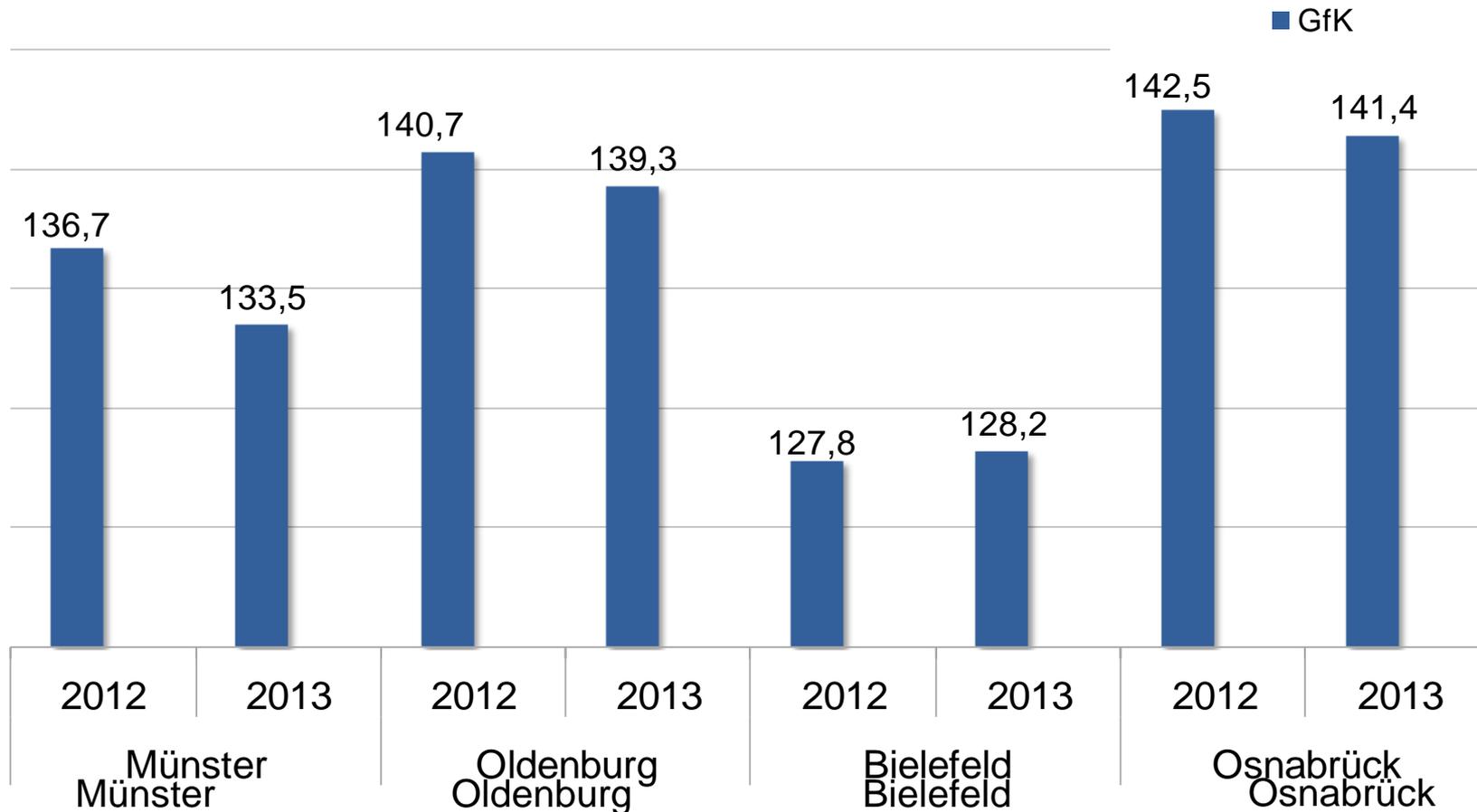
Kennzahlenvergleich der Oberzentren - Kaufkraft



Quellen: GfK 2012-2013, BBE 2012

Osnabrück behauptet sich im Wettbewerb

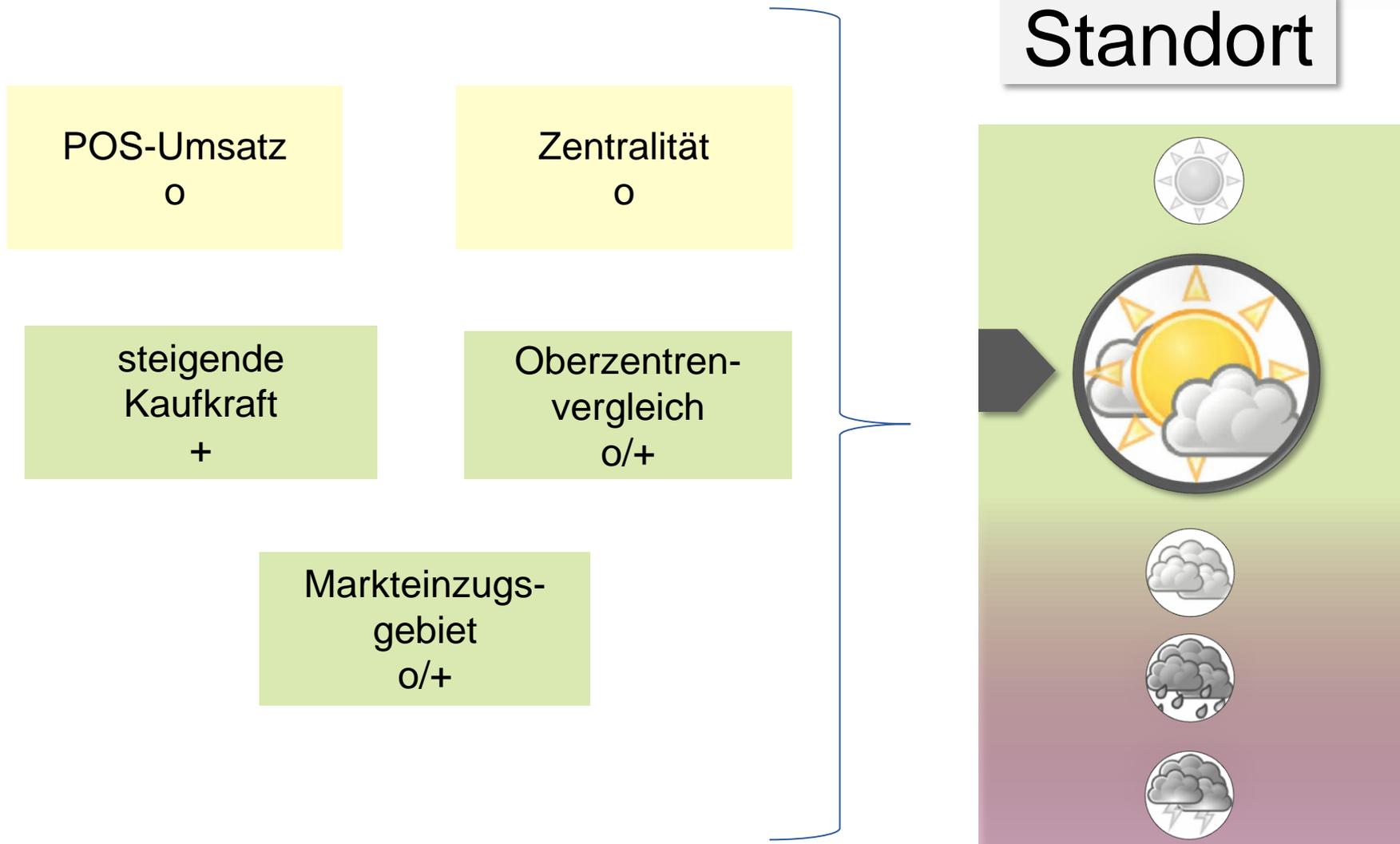
Kennzahlenvergleich der Oberzentren - Zentralitäten



Quellen: GfK 2012-2013 BBE 2012

Zwischenfazit zur Kennzahlenanalyse 2014

Zwischenfazit





Osnabrücker Geschäftsklima 2013/2014

Lage – Erwartungen – Maßnahmen

Osnabrücker Geschäftsklima 2013/2014



Was untersucht wurde



Fachhändler mit höchster Beteiligungsquote

Zusammensetzung der befragten Händler

Art des Sortiments

- **Textil (26%)**
- Schuhe (17%)
- Nahrungs-und Genussmittel (17%)

Betriebsform

- **Traditioneller Fachhandel (82%)**
- Internethandel (21%)
- Filialisierter Non-Food Einzelhandel (12%)

Geschäftskonzept

- **Inhabergeführt (70%)**
- Mitglied einer Kette (14%)
- Mitglied einer Kooperation (11%)

Quelle: Eigene Erhebung Jan./Feb. 2014

Osnabrücker Geschäftsklima 2013/2014

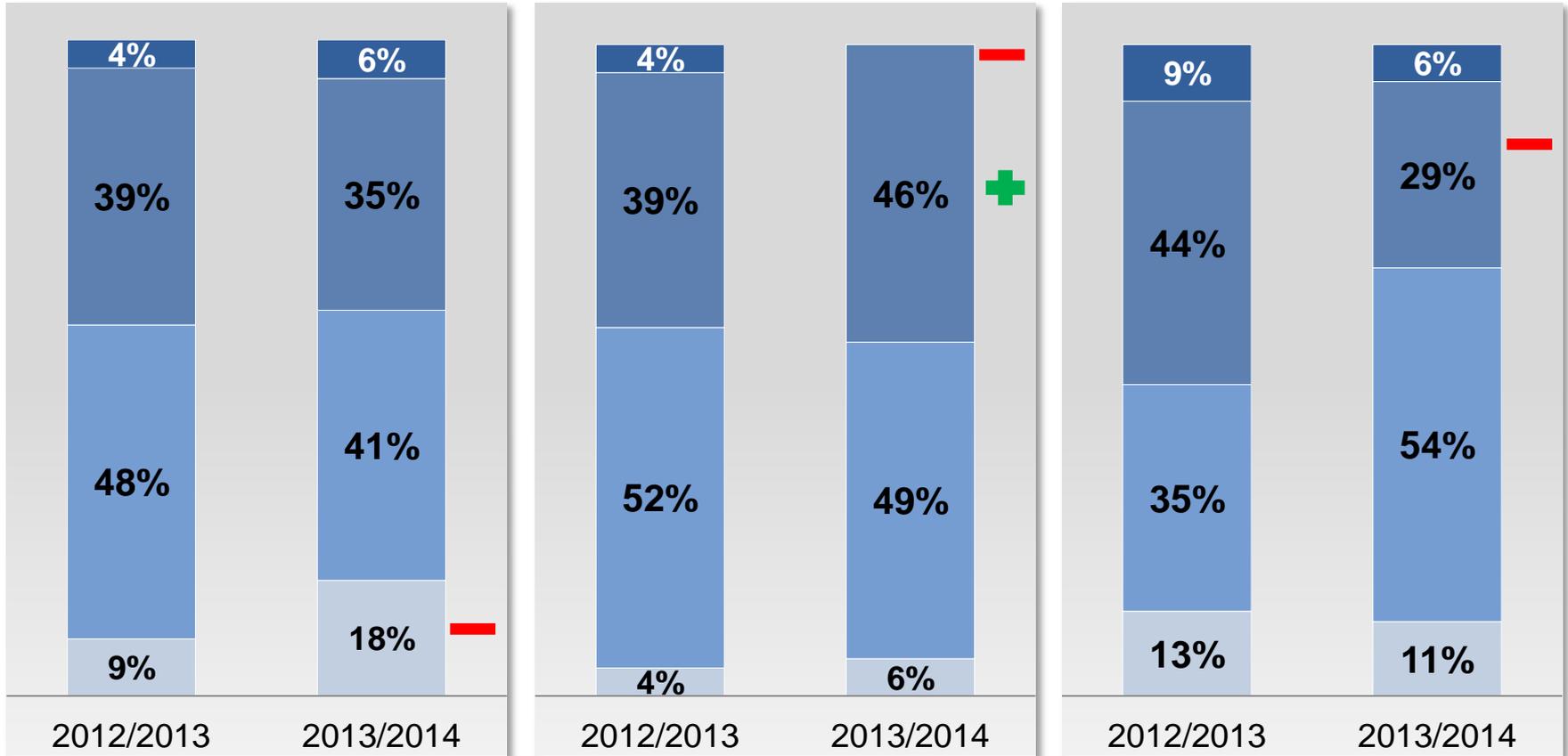
Vergleich des Geschäftsklimas 2012/2013 und 2013/2014



vergangene 6 Monate

aktuell

kommende 6 Monate

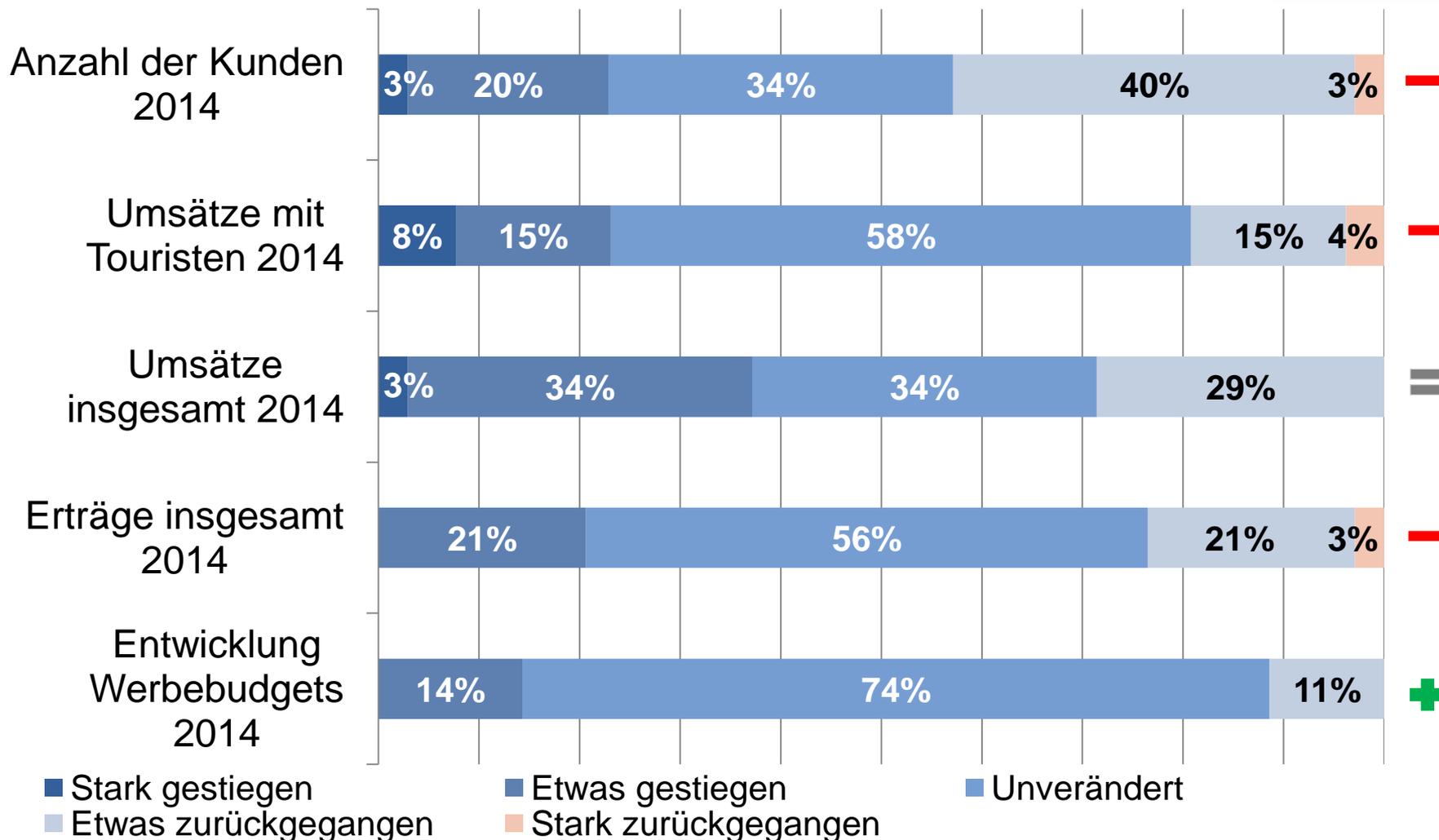


■ Sehr gut ■ Gut ■ Befriedigend ■ Ausreichend ■ Mangelhaft

Quelle: Eigene Erhebung Oktober 2012 und Jan./Feb. 2014 ; Einschätzungen für das Jahr 2014

Geschäftslage bleibt zufriedenstellend

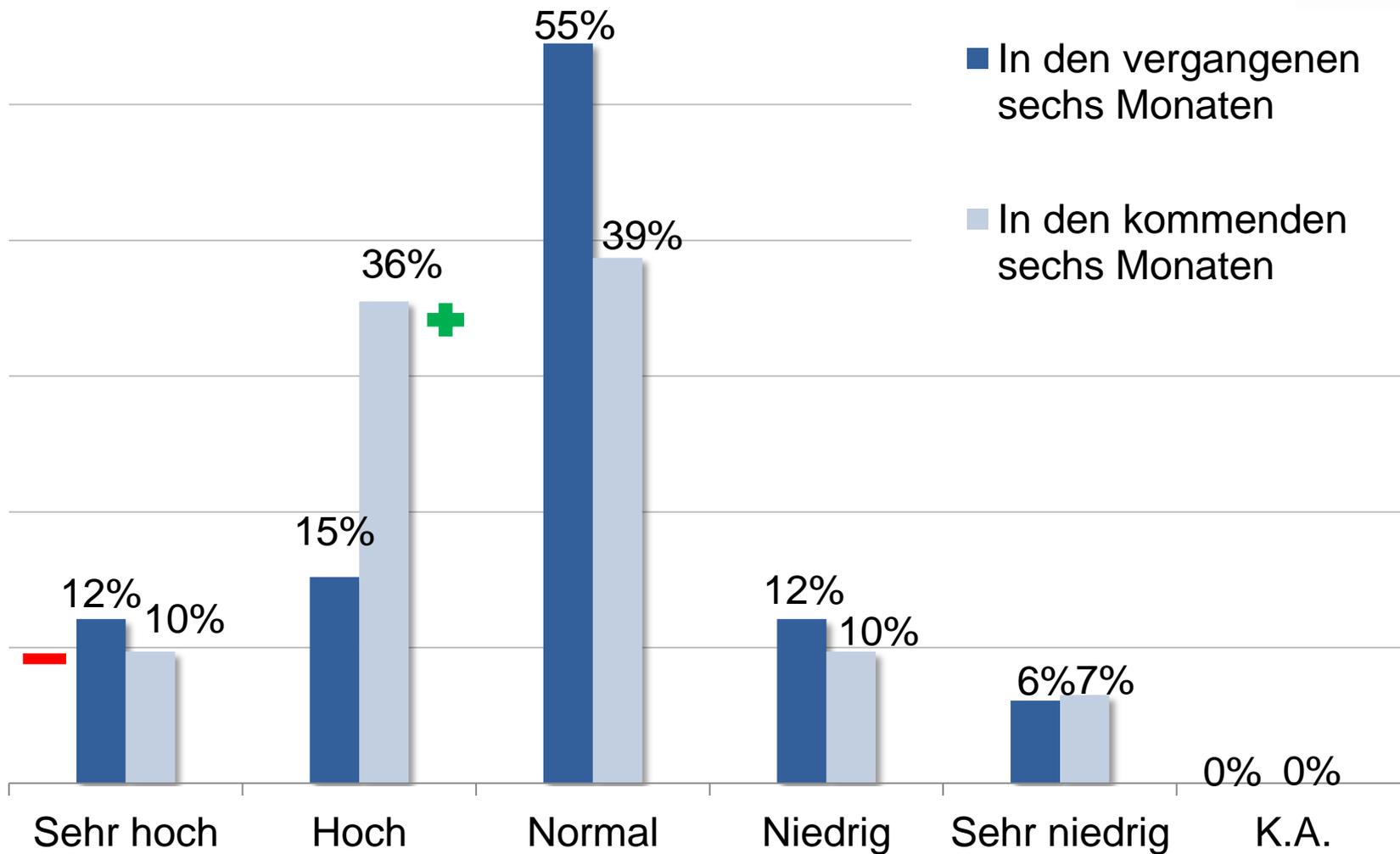
Geschäftslage ermittelt Februar 2014 im Vergleich zu 2012/2013



Quelle: Eigene Erhebung Oktober 2012 und Jan./Feb. 2014; Erhebungszeitraum: 6 Monate

Investitionen bleiben weiterhin stabil

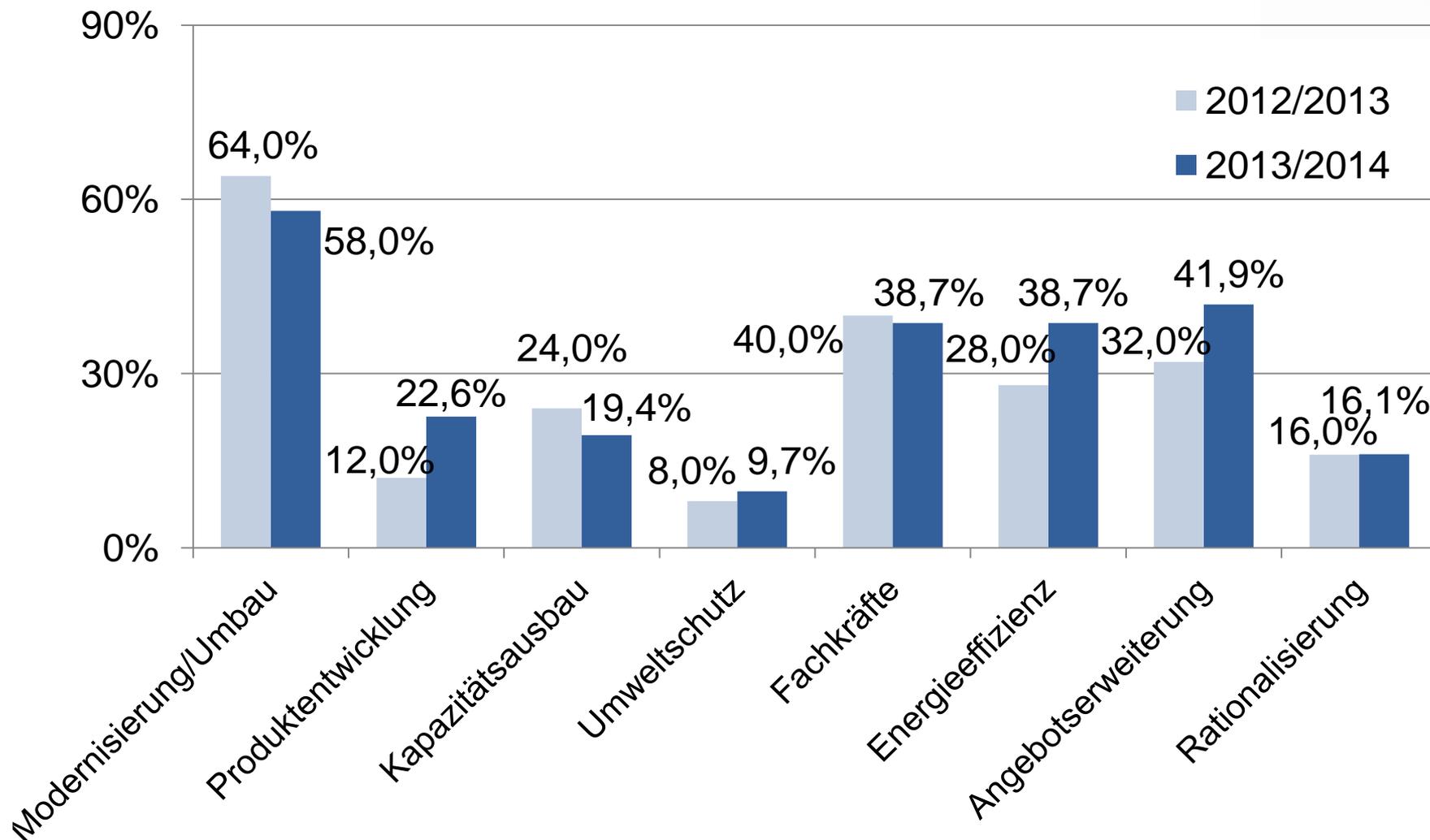
Investitionsplanungen ermittelt Februar 2014 im Vergleich zu 2012/13



Quelle: Eigene Erhebung Oktober 2012 und Jan./Feb. 2014

Bedeutung des Thema Energie steigt

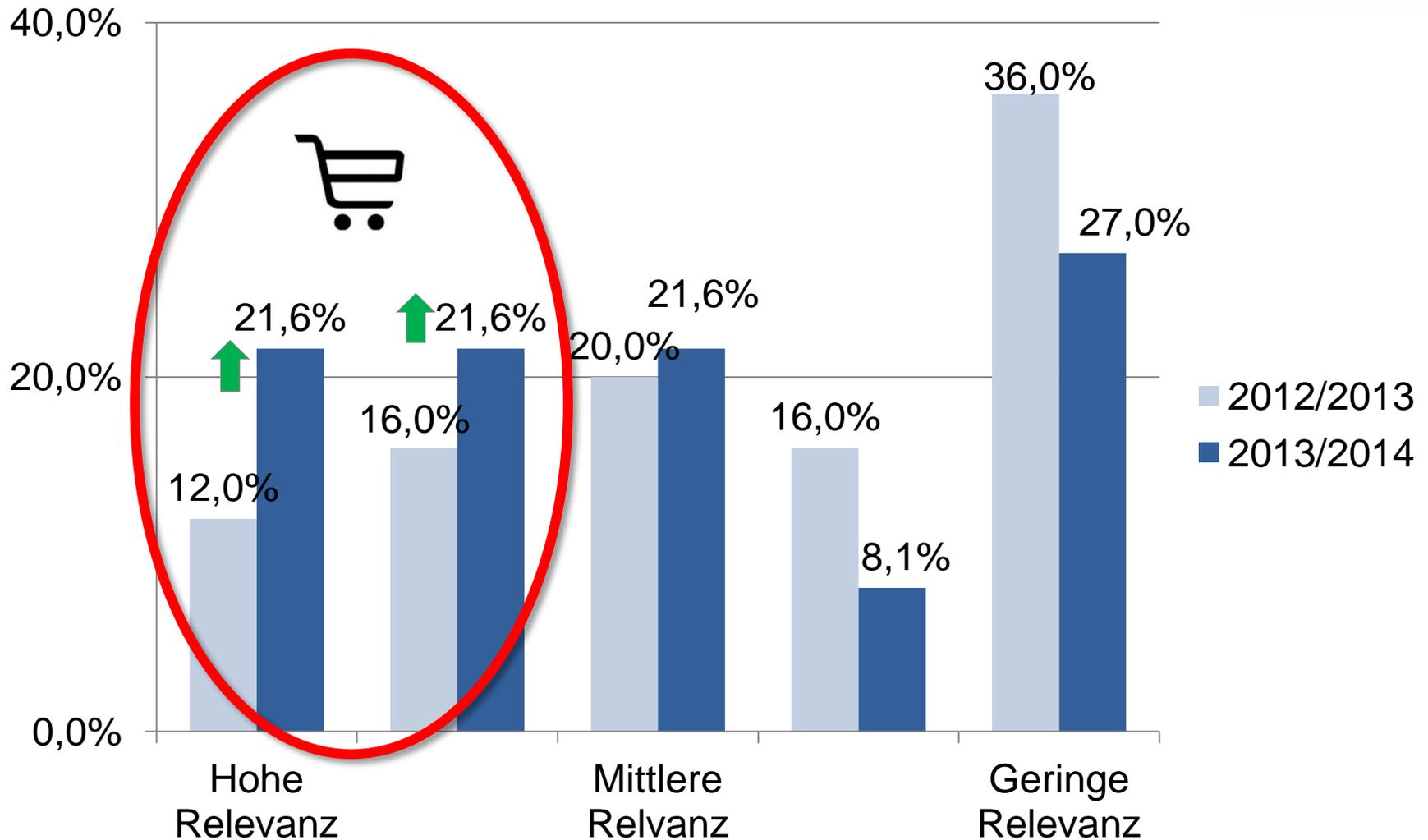
Investitionsplanungen ermittelt Oktober/November 2012 und Januar/Februar 2014



Quelle: Eigene Erhebung Oktober 2012 und Jan./Feb. 2014, mehrfach Nennungen

Relevanz des Onlinehandels nimmt zu

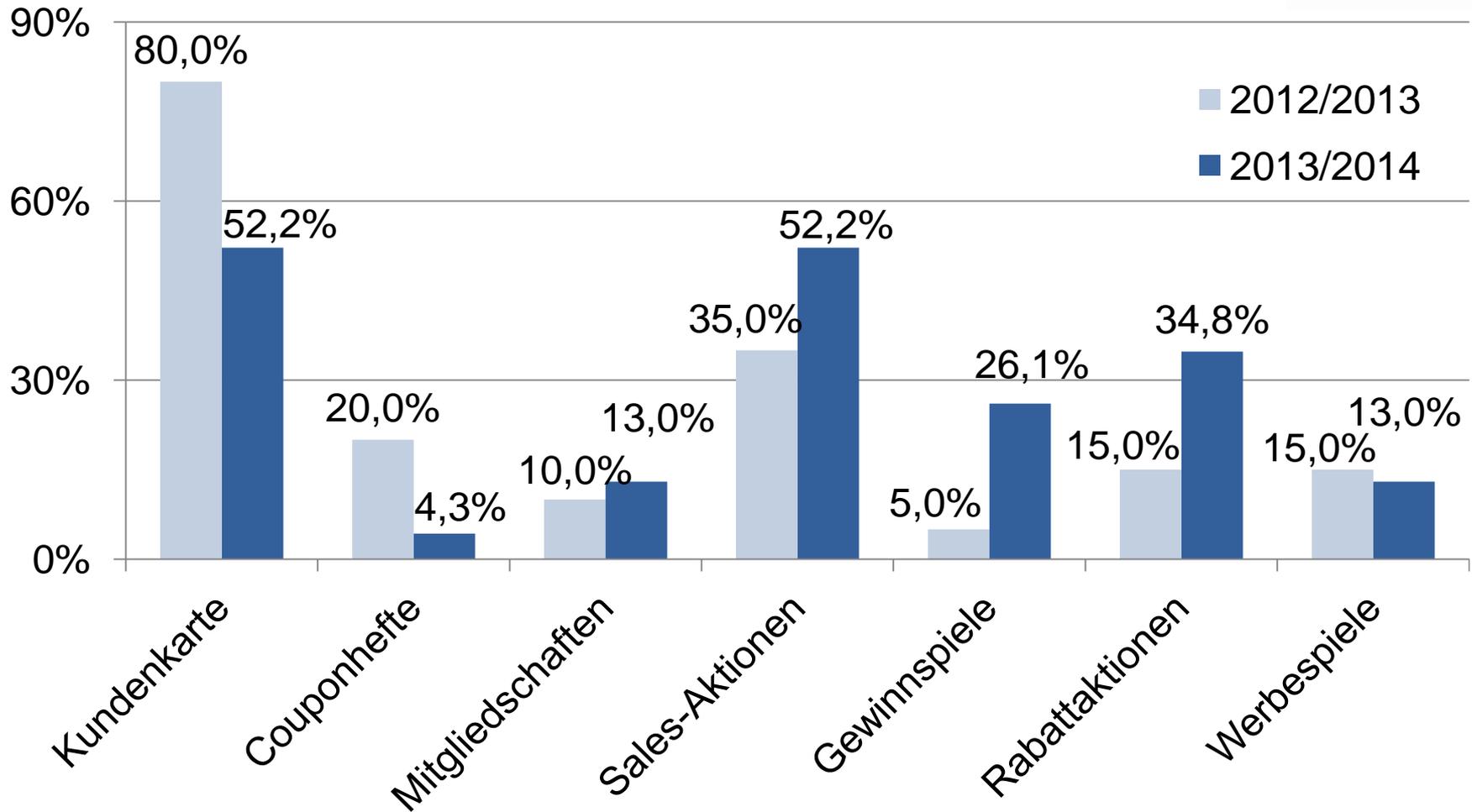
Bedeutung für den stationären Einzelhandel



Quelle: Eigene Erhebung Oktober 2012 und Jan./Feb. 2014

„Sales-Aktionen“ gewinnen an Bedeutung

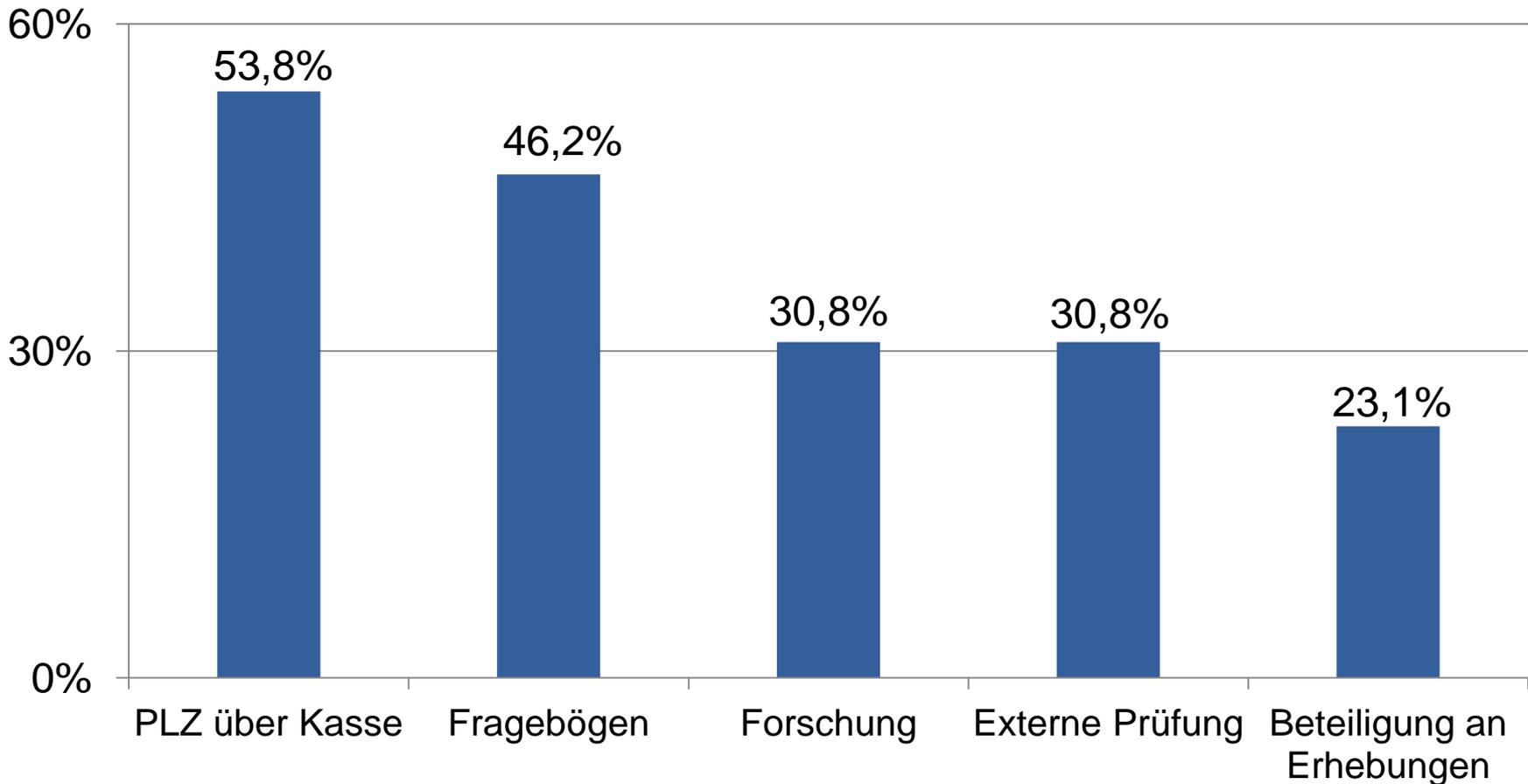
Maßnahmen zur Kundenbindung



Quelle: Eigene Erhebung Oktober 2012 und Februar 2014 , mehrfach Nennungen

Kundenerhebung gewinnt an Bedeutung

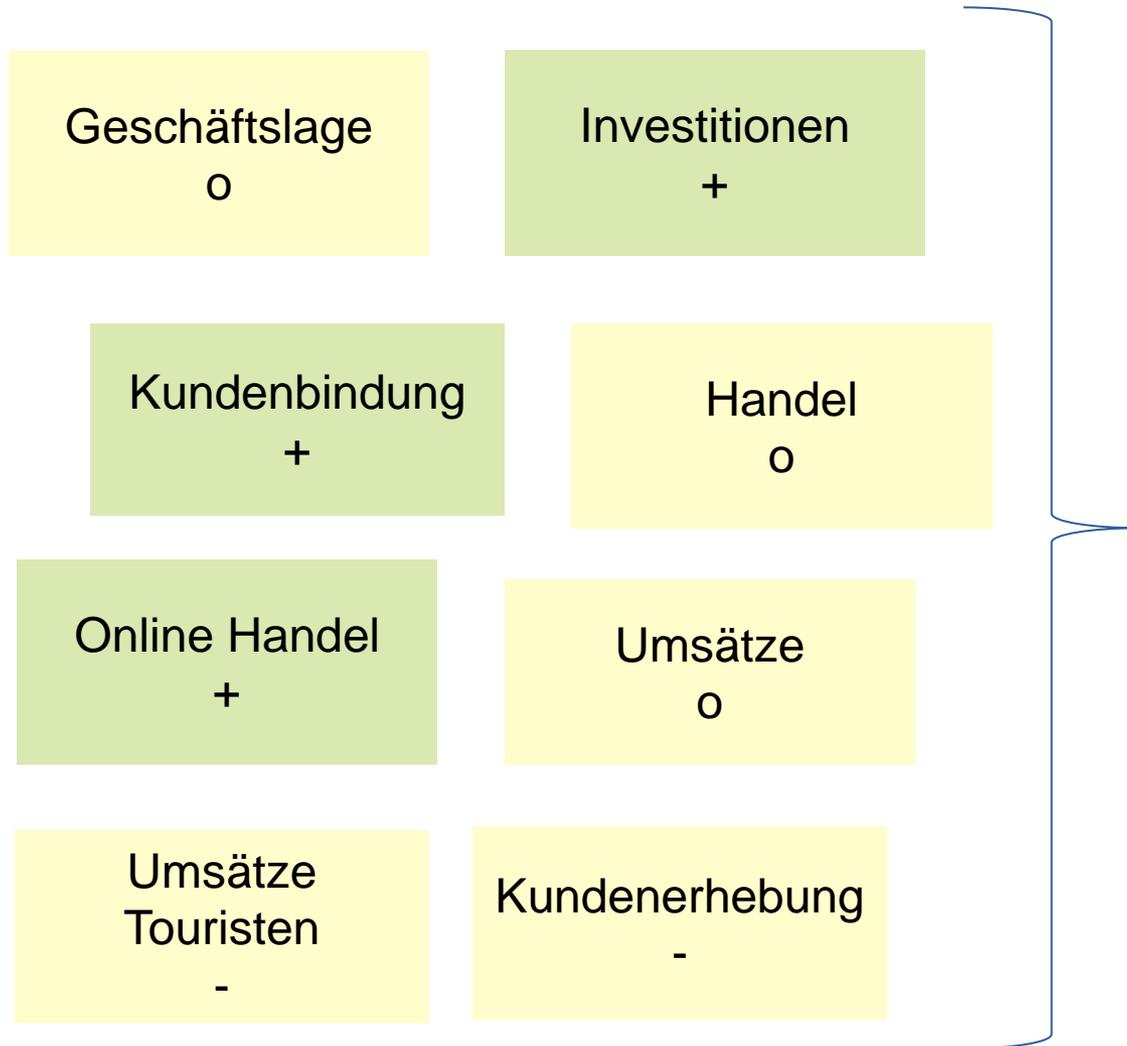
Maßnahmen zu Passanten- und Kundenmessungen 2013/2014



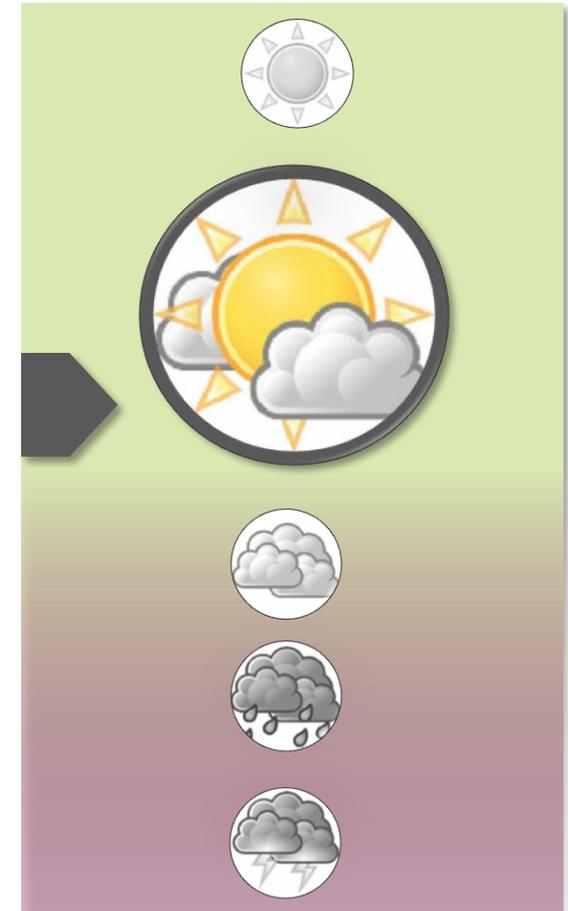
Quelle: Eigene Erhebung Jan./Feb. 2014

stabile Lage, optimistische Aussichten 2014

Zwischenfazit



Stimmung



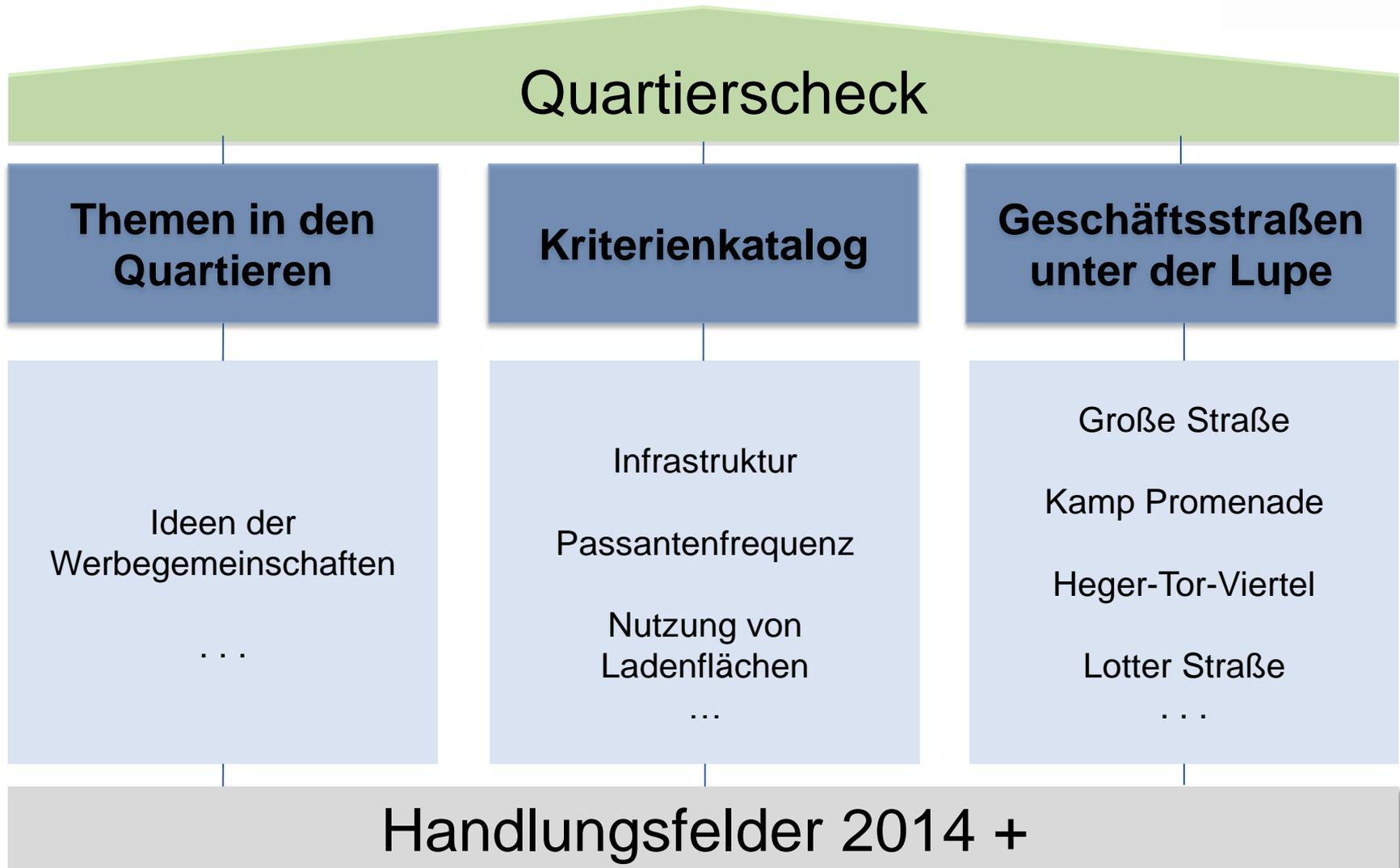


**HANDELS
MONITOR**
OSNABRUECK2014

Handel(n) vor Ort - Quartierscheck

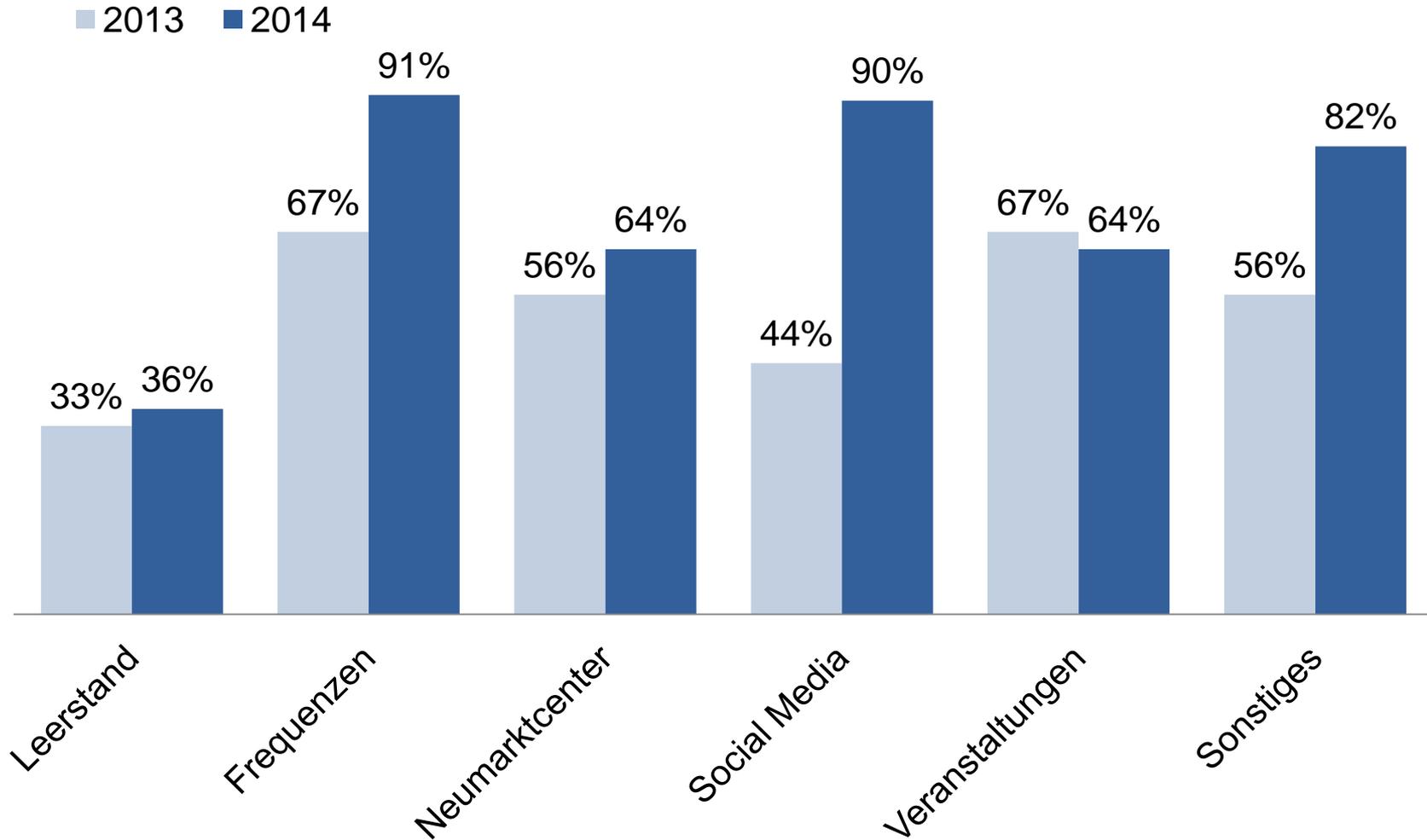
Geschäftslage – Aktivitäten – Perspektiven

Was untersucht wurde



Quartierscheck

Themen in den Quartieren/Werbegemeinschaften



Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014

Quartierscheck

Kriterienkatalog

Infrastruktur	Passantenfrequenz	Ladenflächen	Online Handel	Sonstiges
Autobahn-erreichbarkeit	Frequenz wochentags	Leerstand	Quote Social Media	Baustellen/Lärm
Busanbindung	Frequenz samstags	Branchenmix	Quote Online Handel	Straßenzustand/Sauberkeit
Bahnanbindung				Aufenthaltsqualität
Parkmöglichkeiten				Barrierefrei/Sitzmöglichkeiten
Fußgängerfreundlich				Sanitär-einrichtungen
Infrastruktur für Radfahrer				Einheitliche Öffnungszeiten
				Konstante Mietpreise
60	20	20	20	10

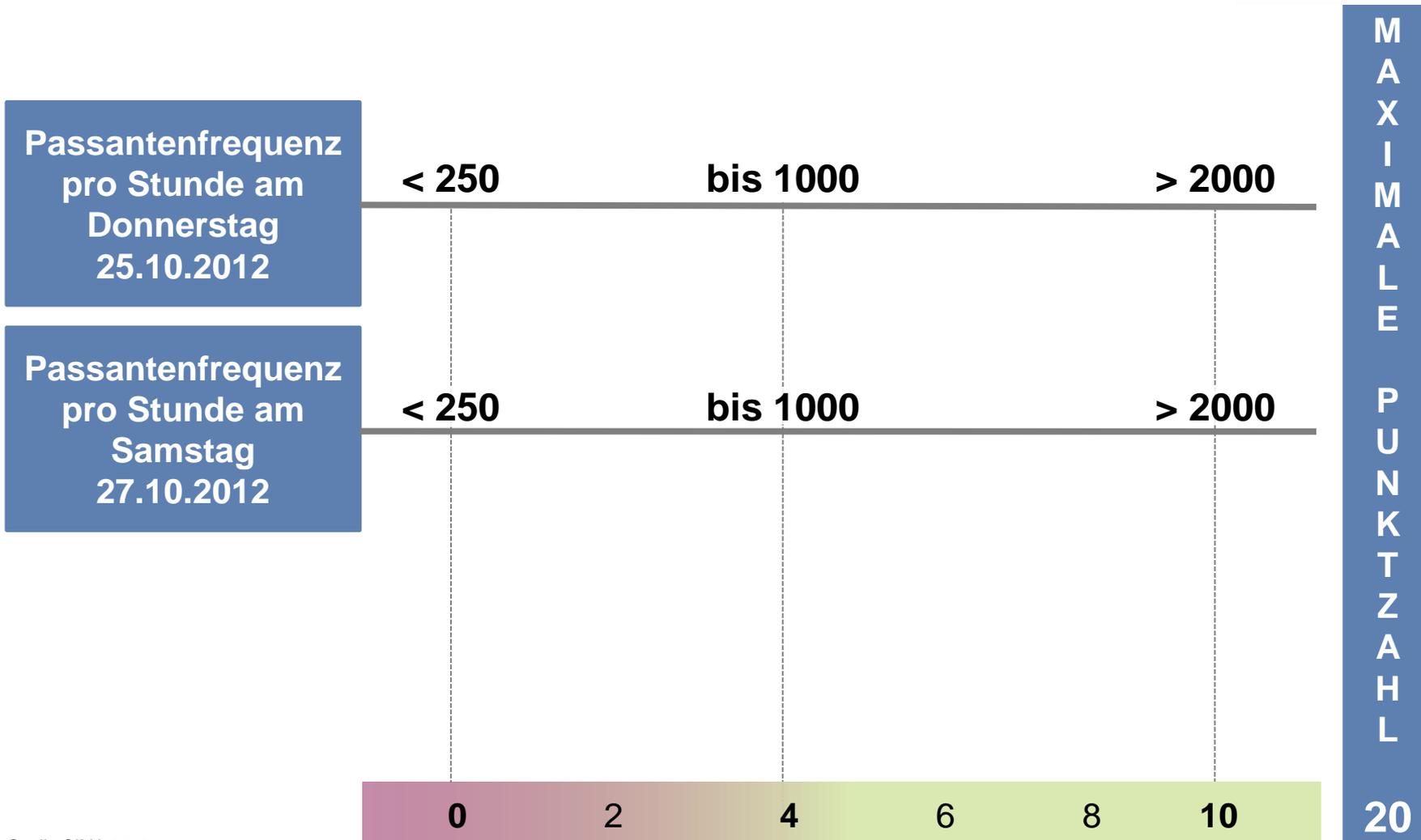
Kriterienkatalog

Infrastruktur

Autobahn- erreichbarkeit (in Min.)	20	bis 16	< 5	M A X I M A L E P U N K T Z A H L			
Busanbindung fußläufig (in Meter)	> 2000	bis 1500	< 250				
Bahnanbindung fußläufig (in Meter)	> 2000	bis 1500	< 250				
Parkmöglichkeiten fußläufig (in Meter)	> 2000	bis 1500	< 250				
Fußgänger- freundlichkeit (Schulnoten)	6	4	1				
Infrastruktur für Radfahrer (Schulnoten)	6	4	1				
	0	2	4		6	8	10

Kriterienkatalog

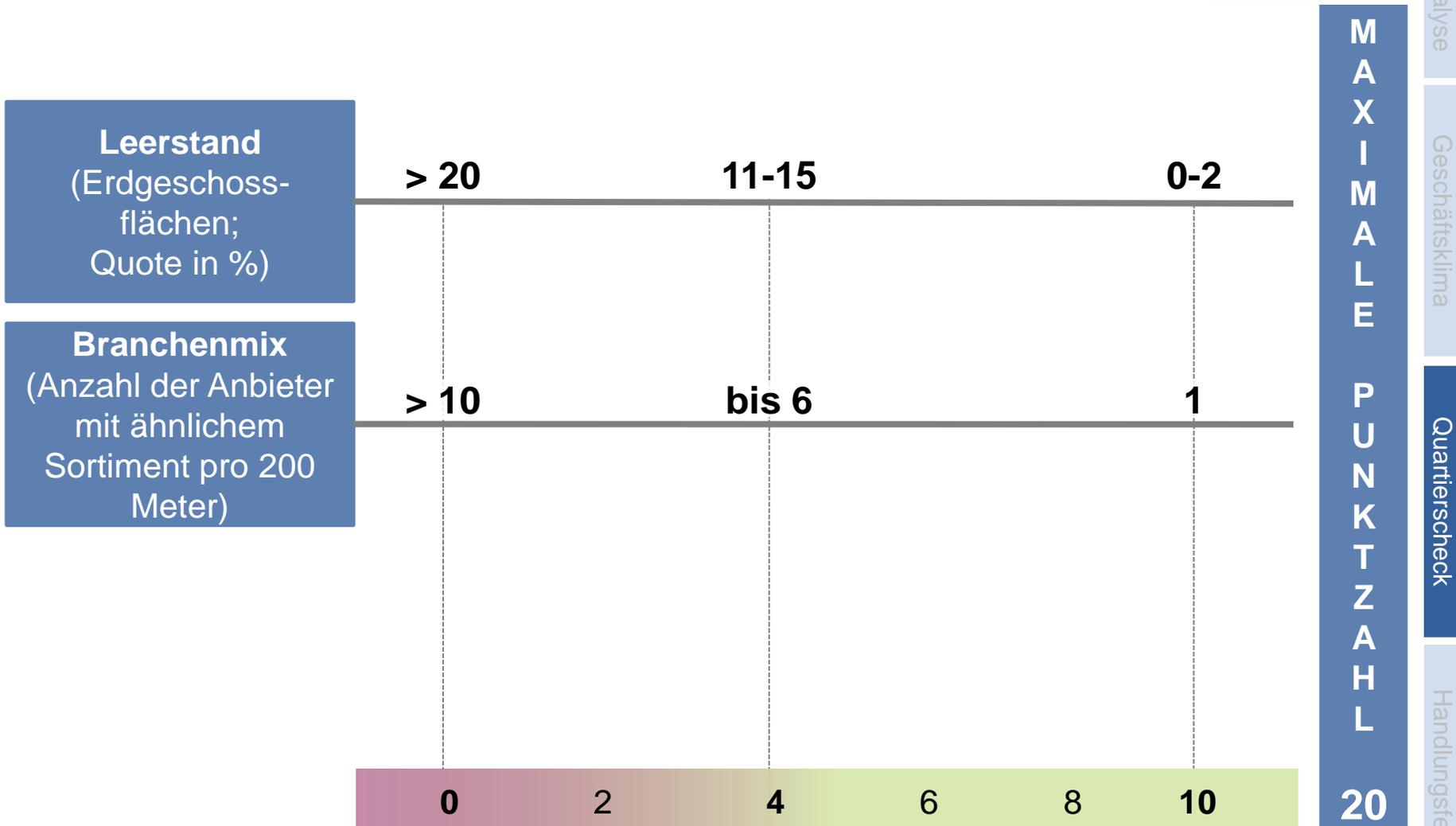
Passantenfrequenz



Quelle CIMA 2013

Kriterienkatalog

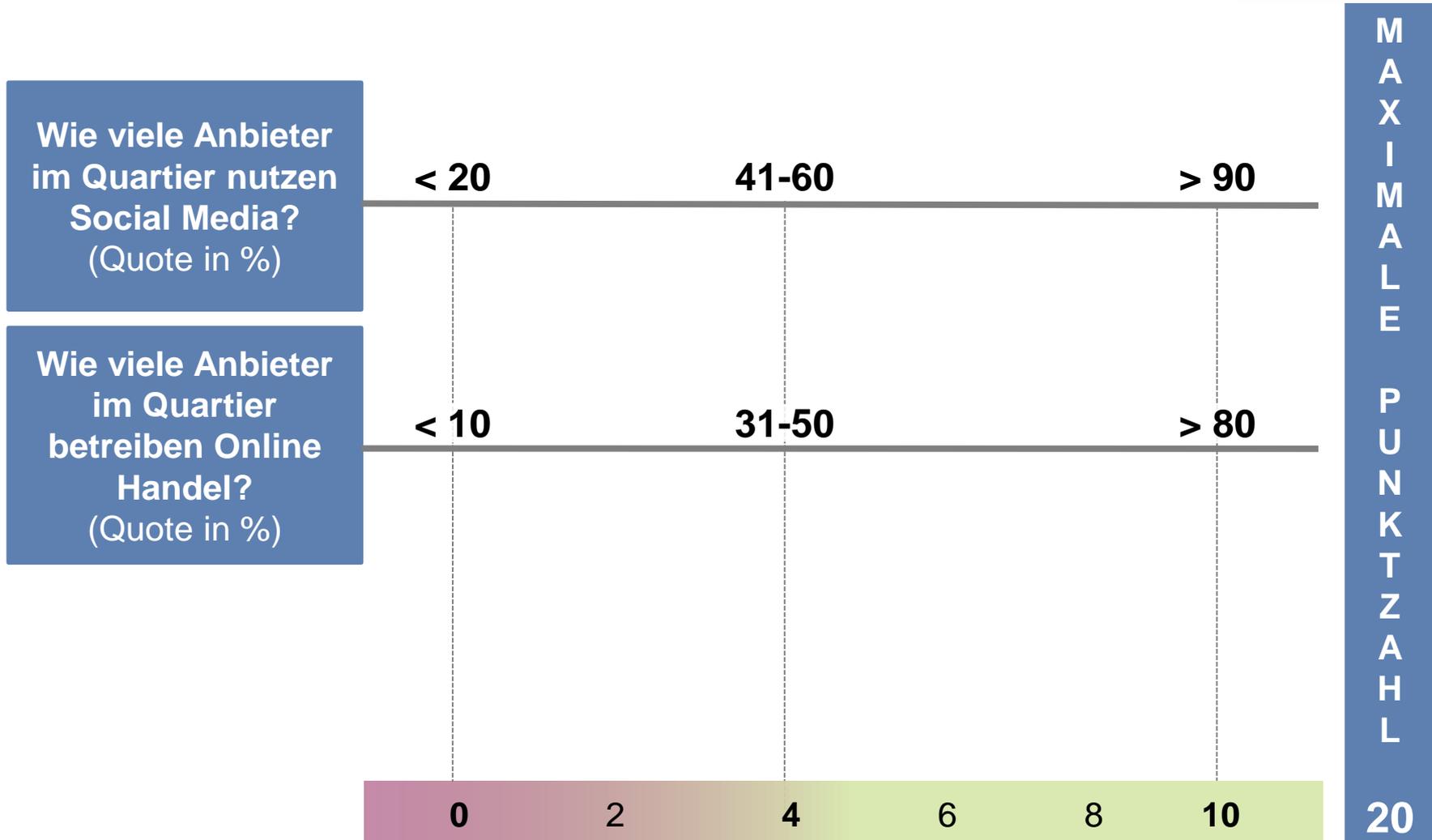
Nutzung der Ladenflächen



Quelle: Eigene Erhebung in Anlehnung an Osnabrücker Liste CIMA 2009

Kriterienkatalog

Online Handel und Social Media



Quelle Eigene Erhebung

Kriterienkatalog

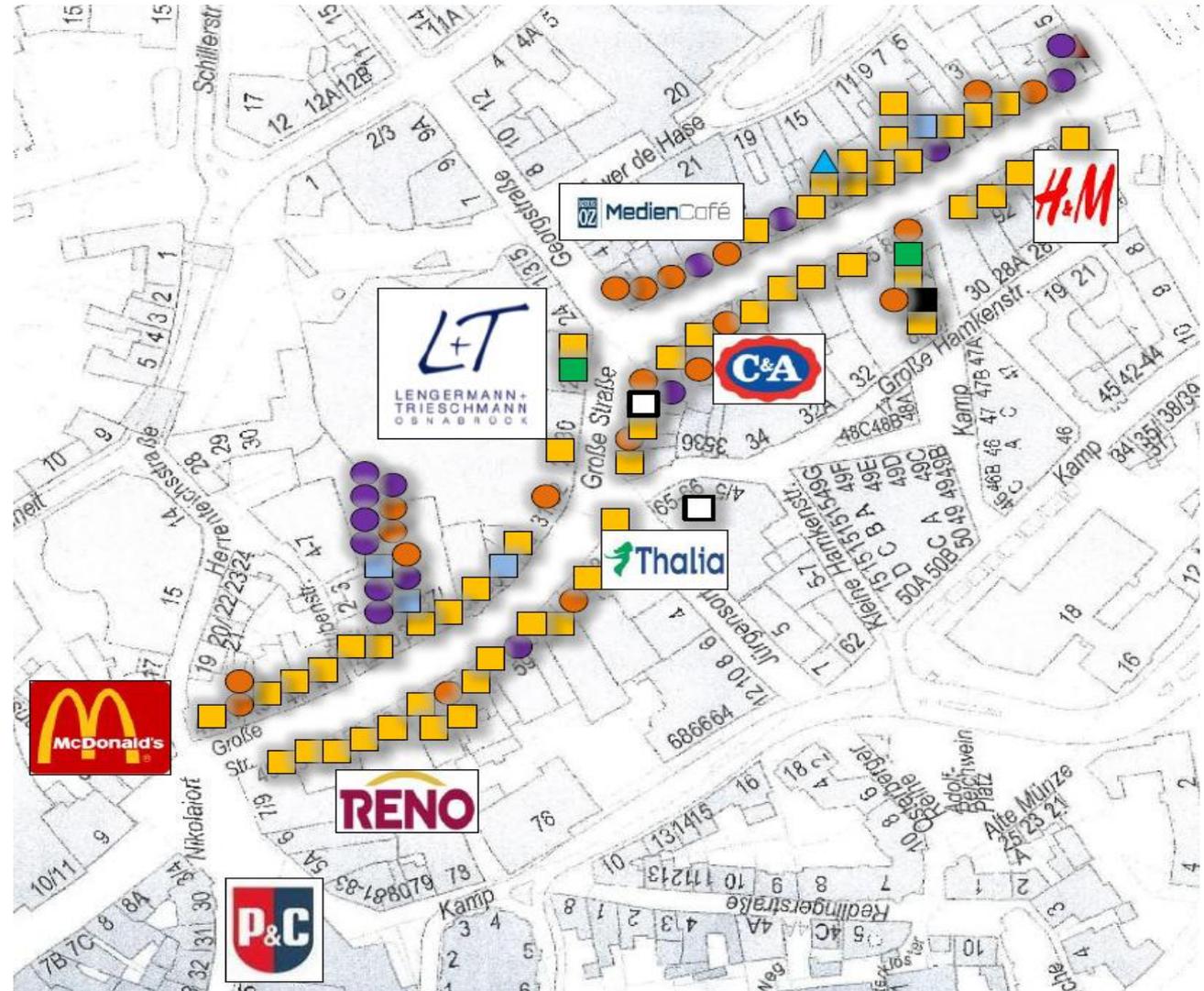
Sonstiges

	Trifft nicht zu	Trifft zu	
Keine erhöhten Lärmemissionen			MAXIMALE PUNKTZAH L
Wenige Baustellen			
Guter Straßenzustand			
Sauberkeit/Aufenthaltsqualität			
Überwiegend barrierefrei			
Sitzmöglichkeiten			
Sanitäreinrichtungen			
Einheitl. Öffnungszeiten			
Konstante Mietpreise			
	0	1	

Quelle Eigene Erhebung

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Große Straße



Zentrenrelevante Sortimente ■
 Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
 Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

Beherbergung/Hotellerie ■
 Gastronomie ●
 Reisebüro ▲

Bäckerei ■
 Fleischerei ●
 Friseur ▲
 sonstiges Handwerk ★

sonstige Nutzungen ■

Leerstand ■
 im Bau / Umbau

Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
 Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Große Straße

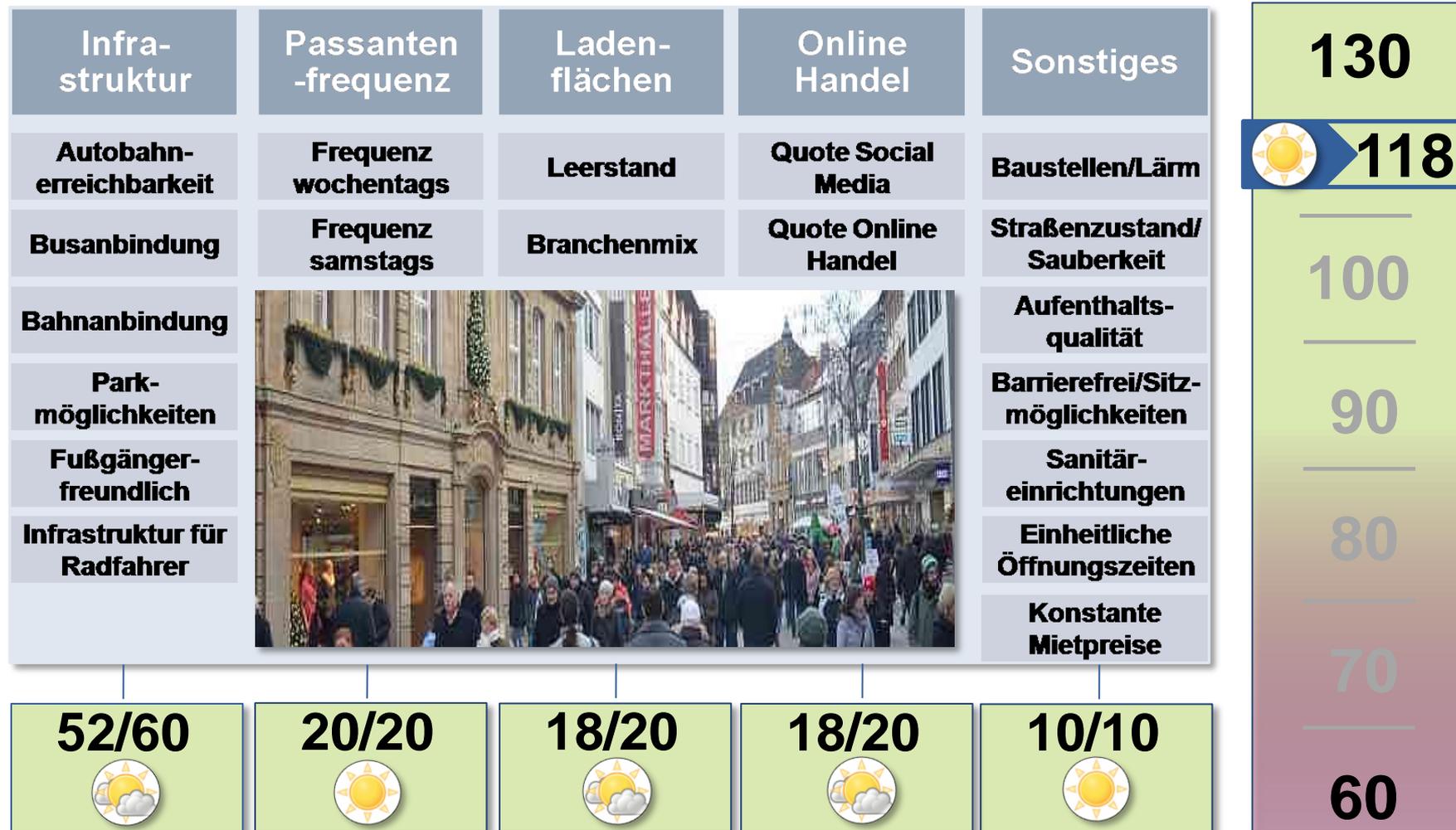
Profil:

- Wichtigste Einkaufslage - Hauptschlagader
- Höchste Passantenfrequenz
- Ausgewiesene Handelslage: 77% Handel
- Hohe Aktivität im Online Handel
- Leerstandsquote unter 1%
- Gute Infrastruktur (Anbindung zum Nahverkehr, Parkhäuser)
- Hohe Aufenthaltsqualität
- Guter Branchenmix
- Magnet:
L+T, Zara, Reno, C&A



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Große Straße

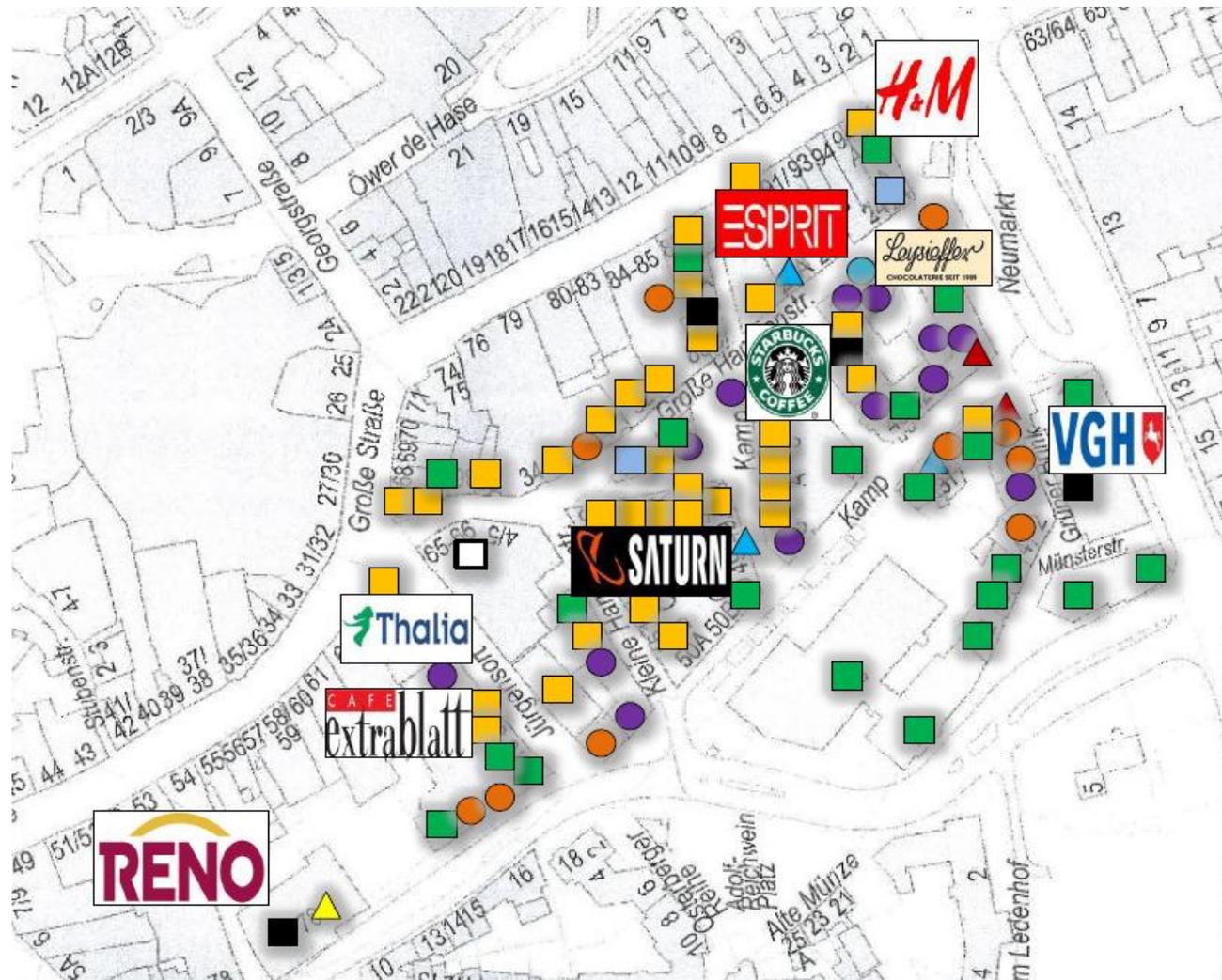


Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Foto: Stadt Osnabrück

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Kamp Promenade, Hamkenstraße, Jürgensort, Teile Neumarkt



- Zentrenrelevante Sortimente ■
- Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

- Beherbergung/Hotellerie ■
- Gastronomie ●
- Reisebüro ▲

- Bäckerei ■
- Fleischerei ●
- Friseur ▲
- sonstiges Handwerk ★

- sonstige Nutzungen ■

- Leerstand ■
- im Bau / Umbau

Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Kamp Promenade, Hamkenstraße, Jürgensort, Teile Neumarkt

Profil:

- Offenes Shoppingcenter mit urbanem Charme
- Stark frequentiert
- Ausgewiesene Handelslage: 55 % Handel
- Anbindung an A-Lage, attraktiver Rundlauf
- Sehr gute Infrastruktur (eigenes Parkhaus, Anbindung an den Nahverkehr)
- Niedrige Leerstandsquote: 4 % Leerstand
- Aktivität im Online Handel noch ausbaufähig
- Magnet:
Saturn, Esprit, TK Maxx, H&M (Neumarkt)



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Kamp Promenade, Hamkenstraße, Jürgensort, Teile Neumarkt



Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: HanseKogge, Redlingerstraße, Teile Kamp

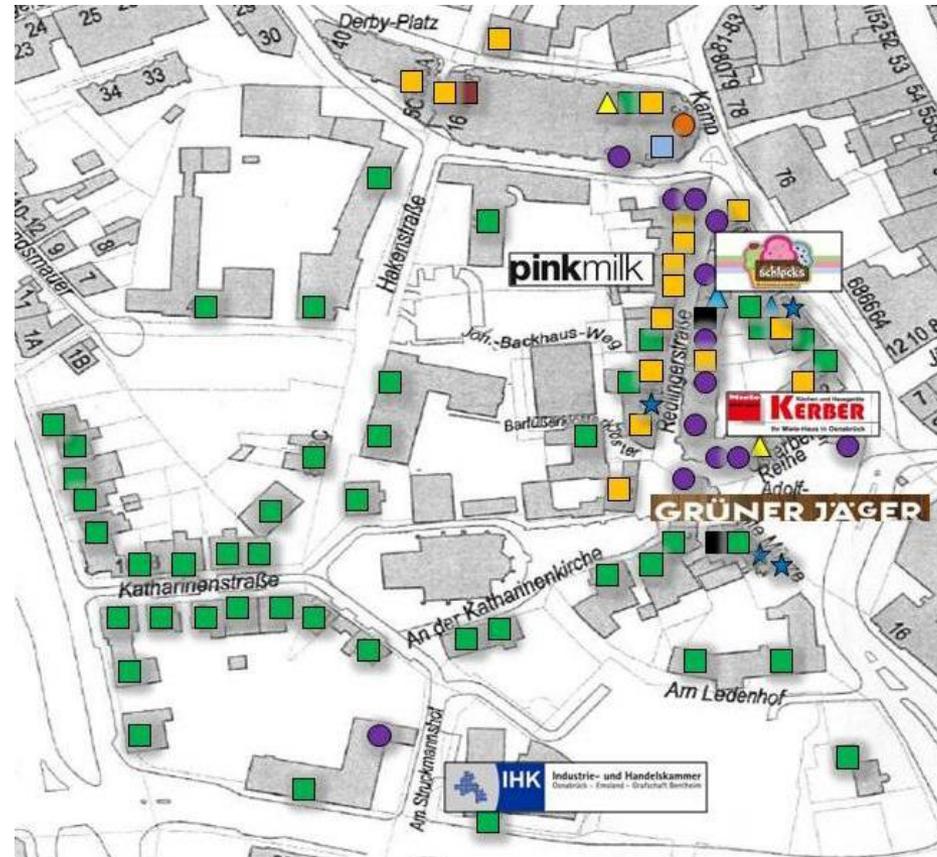
- Zentrenrelevante Sortimente ■
- Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

- Beherbergung/Hotellerie ■
- Gastronomie ●
- Reisebüro ▲

- Bäckerei ■
- Fleischerei ●
- Friseur ▲
- sonstiges Handwerk ★

- sonstige Nutzungen ■

- Leerstand ■
- im Bau / Umbau



Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
 Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: HanseKogge, Redlingerstraße, Teile Kamp

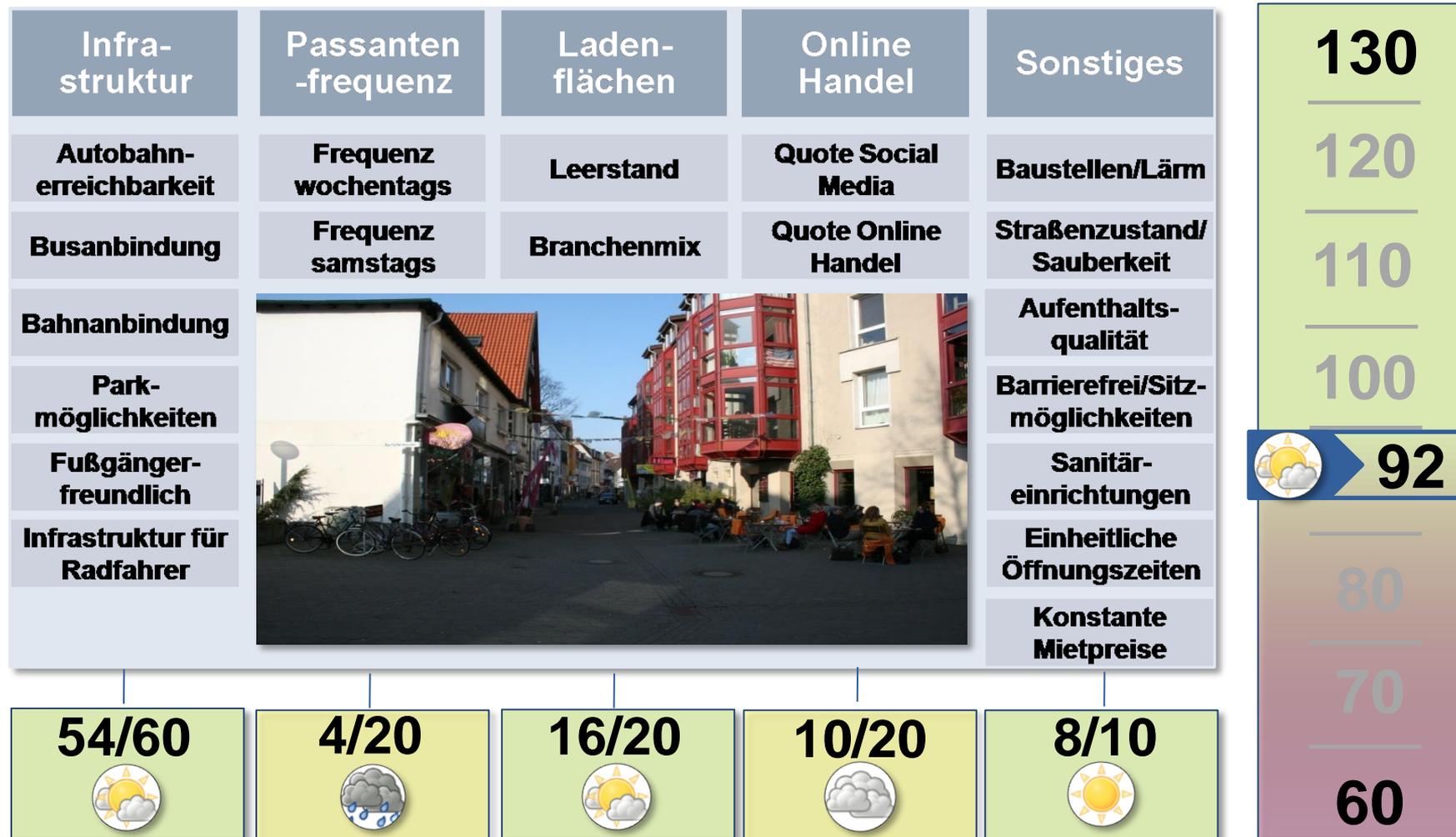
Profil:

- Bunte Mischung aus individuellen Stores und abwechslungsreicher Gastronomie
- Treffpunkt für Familien und junge Leute
- Inhabergeführte Szene-Geschäfte abseits des Mainstreams
- Hohe Aufenthaltsqualität
- Gute Infrastruktur (Busanbindung, Parkhäuser)
- Durchschnittliche Aktivität im Online Handel
- Schwache Passantenfrequenz
- Magnet: Individuelle Geschäfte



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: HanseKogge, Redlingerstraße, Teile Kamp



Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Johannisstraße Teil 1

- Zentrenrelevante Sortimente ■
- Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

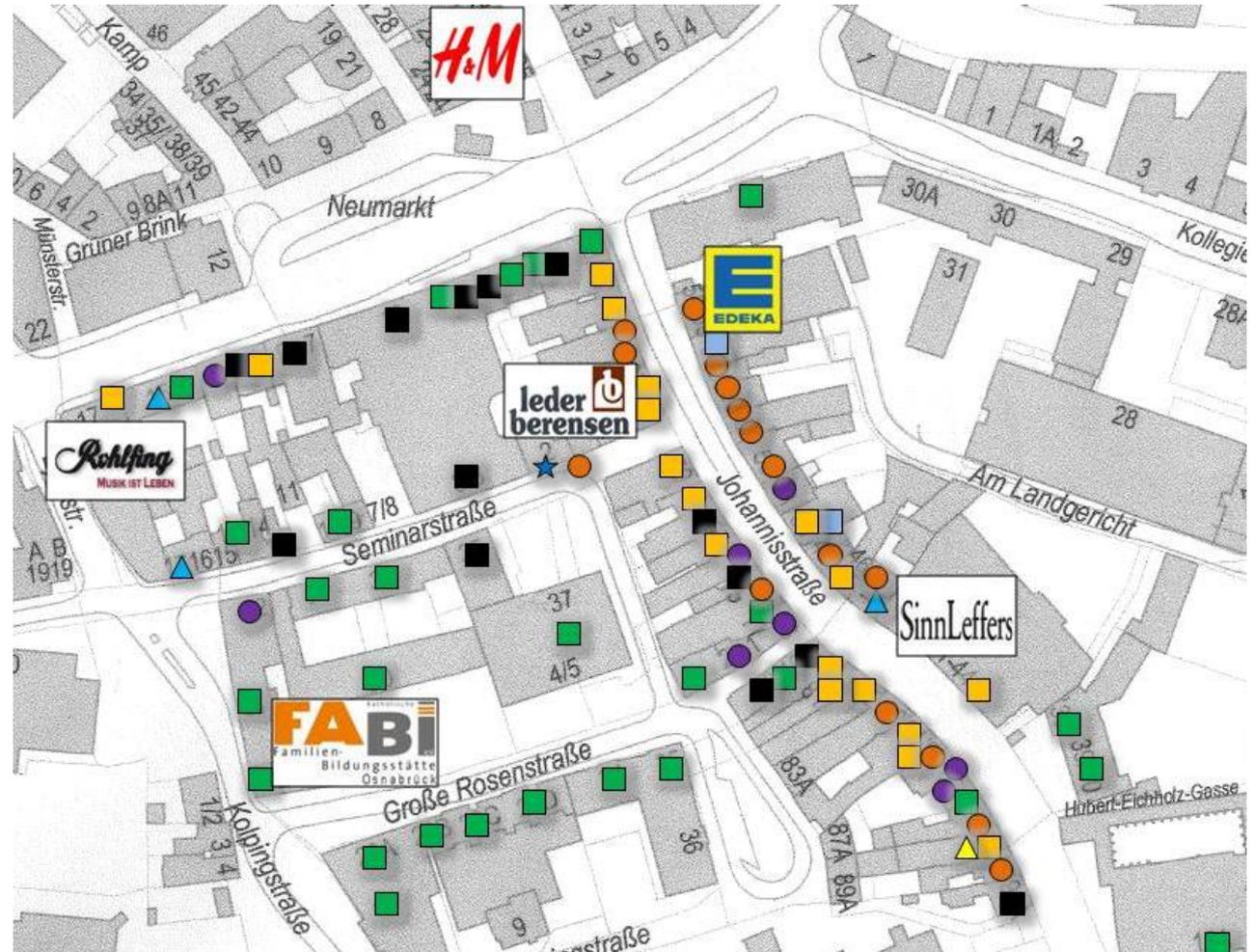
- Beherbergung/Hotellerie ■
- Gastronomie ●
- Reisebüro ▲

- Bäckerei ■
- Fleischerei ●
- Friseur ▲
- sonstiges Handwerk ★

- sonstige Nutzungen ■

- Leerstand ■
- im Bau / Umbau

Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
 Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück

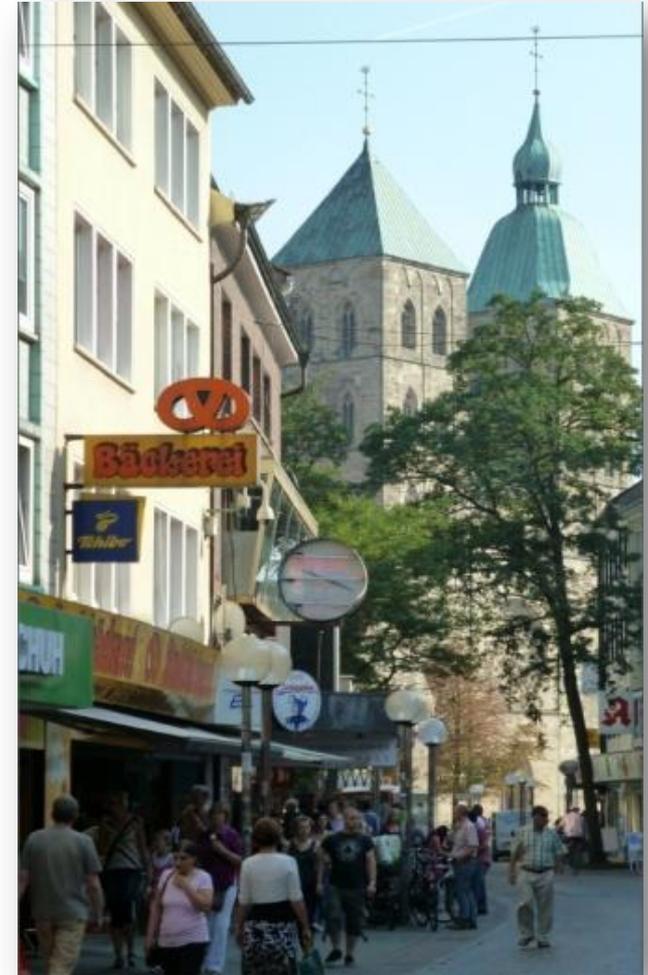


Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Johannisstraße Teil 1

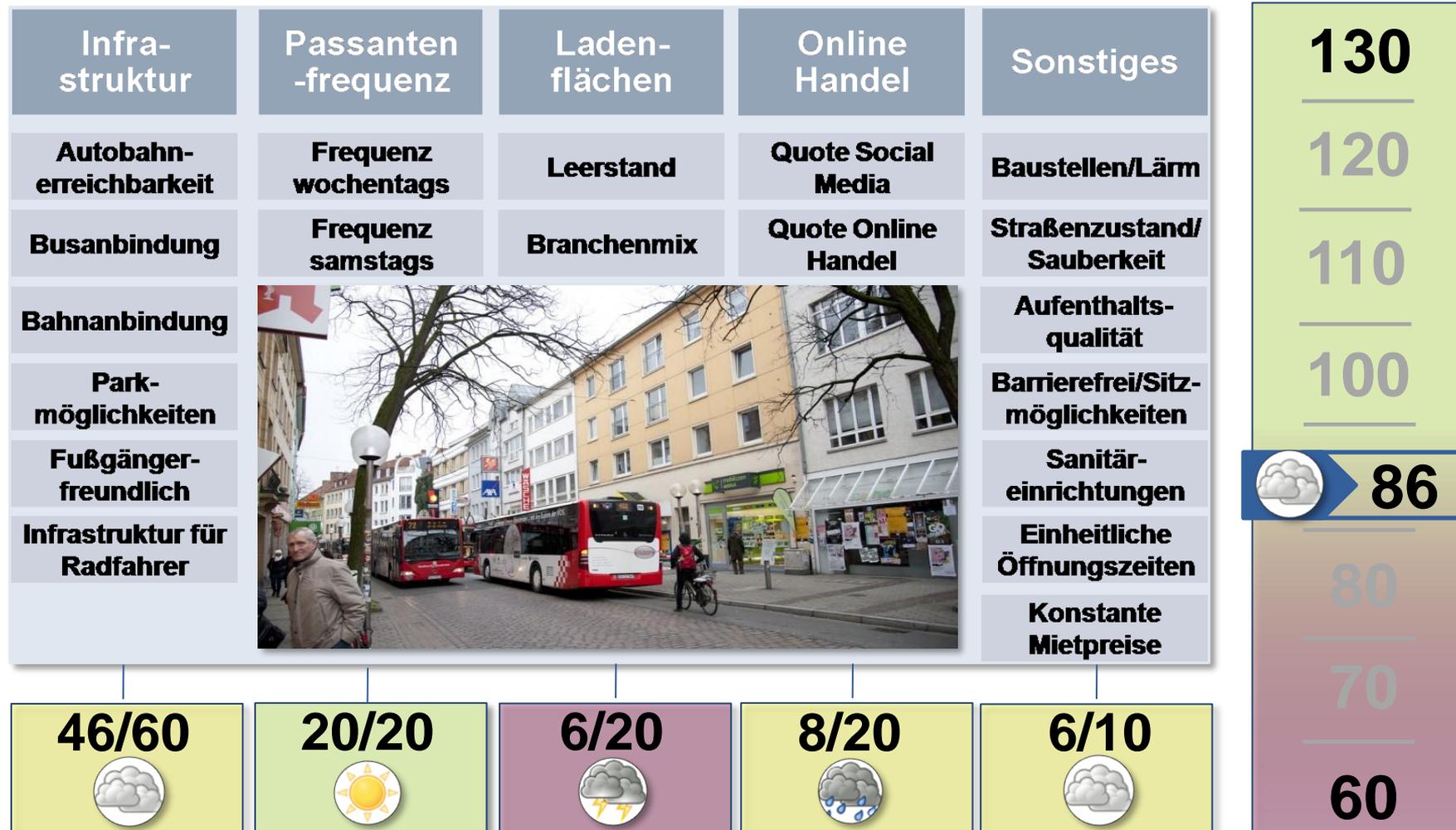
Profil:

- Das Tor zur Neustadt
- Traditionsgeschäfte, Filialisten
- Nahversorgung für Anwohner
- Überdurchschnittliche Passantenfrequenz
- Kunden: Fahrgäste der Buslinien
- Aktivität im Online Handel noch ausbaufähig
- Erhöhte Leerstandsquote: 18 % Leerstand
- Magnete: SinnLeffers, Parkhaus



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Johannisstraße Teil 1



Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Foto: NOZ

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Johannisstraße Teil 2

Zentrenrelevante Sortimente ■
 Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
 Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

Beherbergung/Hotellerie ■
 Gastronomie ●
 Reisebüro ▲

Bäckerei ■
 Fleischerei ●
 Friseur ▲
 sonstiges Handwerk ★

sonstige Nutzungen ■

Leerstand ■
 im Bau / Umbau

Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
 Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt OsnaBrück



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Johannisstraße Teil 2

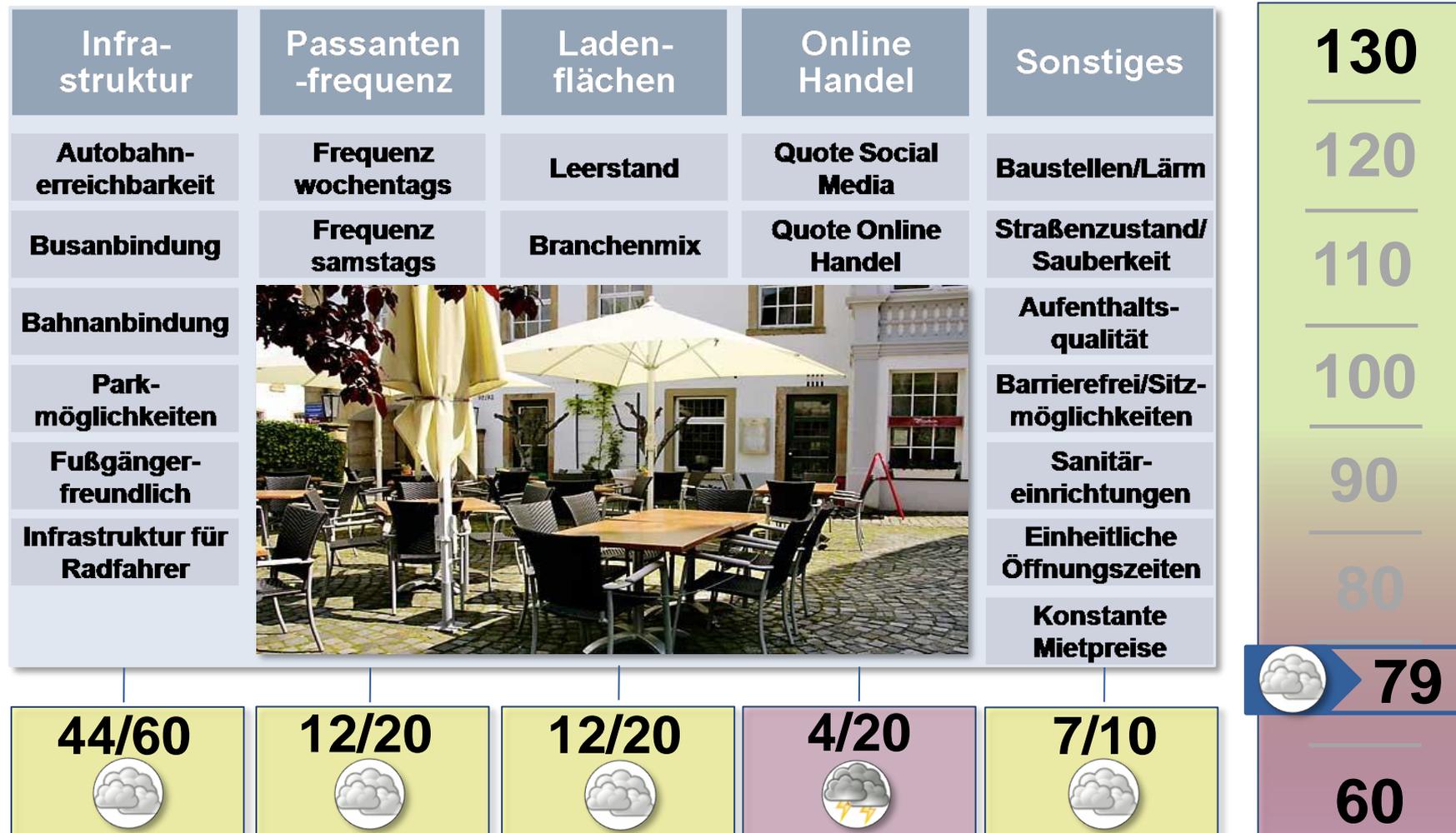
Profil:

- Traditionsgeschäfte, Filialisten und Gastronomie
- Nahversorgung für Anwohner
- Schwache Aktivität im Online Handel
- Leerstandsquote: 8 % Leerstand



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Johannisstraße Teil 2



Kennzahlenanalyse

Geschäftsklima

Quartierscheck

Handlungsfelder

Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Foto: Stadtblatt-live.de

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Johannisstraße Teil 3

- Zentrenrelevante Sortimente ■
- Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

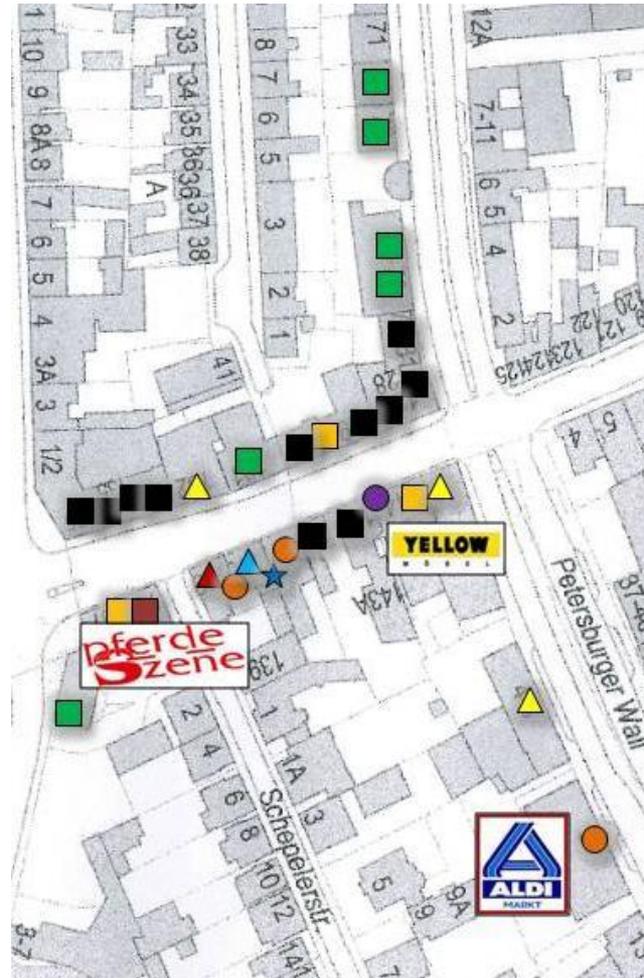
- Beherbergung/Hotellerie ■
- Gastronomie ●
- Reisebüro ▲

- Bäckerei ■
- Fleischerei ●
- Friseur ▲
- sonstiges Handwerk ★

- sonstige Nutzungen ■

- Leerstand ■
- im Bau / Umbau

Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
 Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Johannisstraße Teil 3

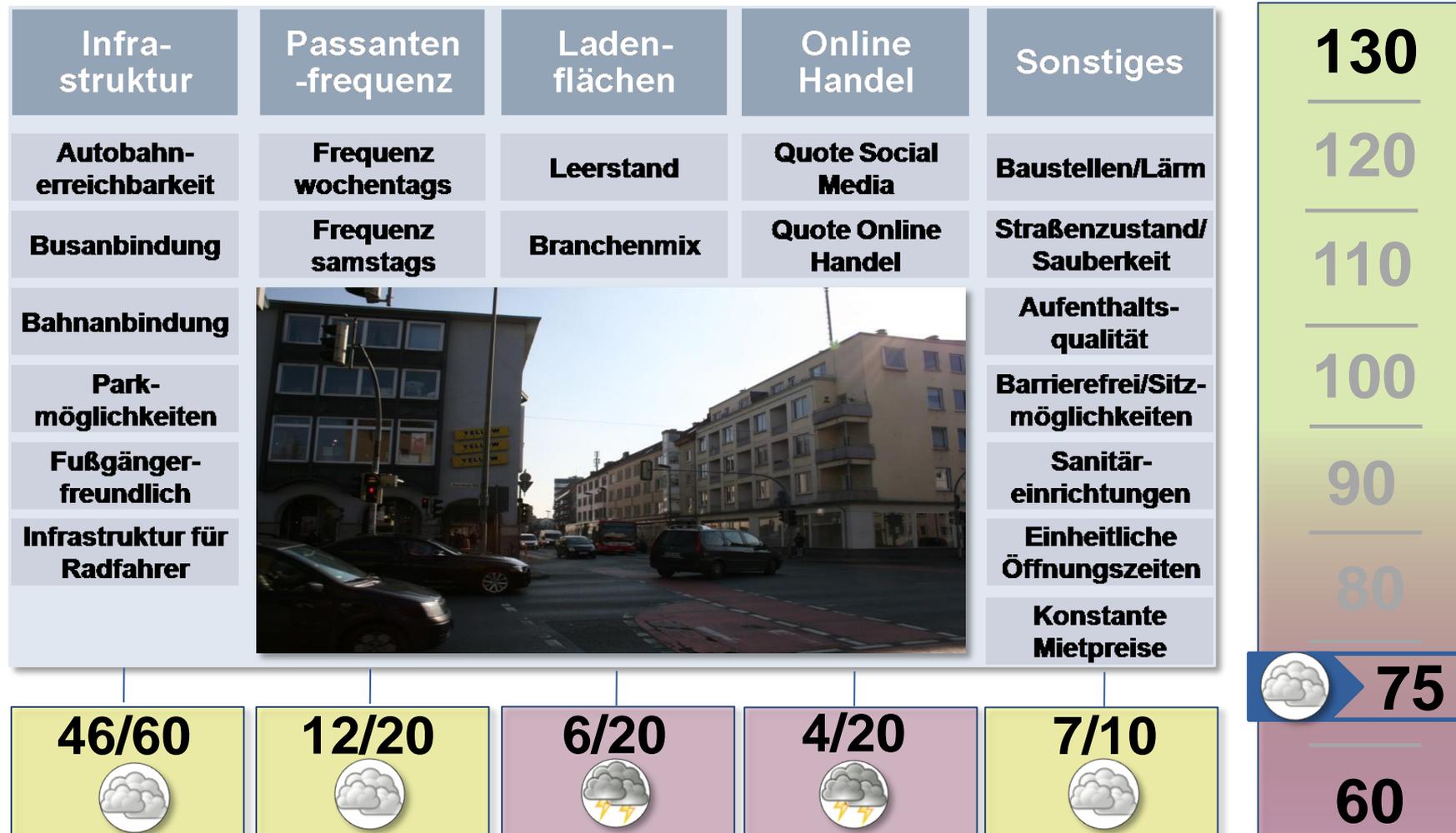
Profil:

- Nahversorgung für Anwohner
- Schwache Aktivität im Online Handel
- Durchschnittliche Passantenfrequenz
- Hohe Leerstandsquote:
39 % Leerstand



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Johannisstraße Teil 3



Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Foto: flickr

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Hasestraße, Teile Domhof, Vitihof

- Zentrenrelevante Sortimente ■
- Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

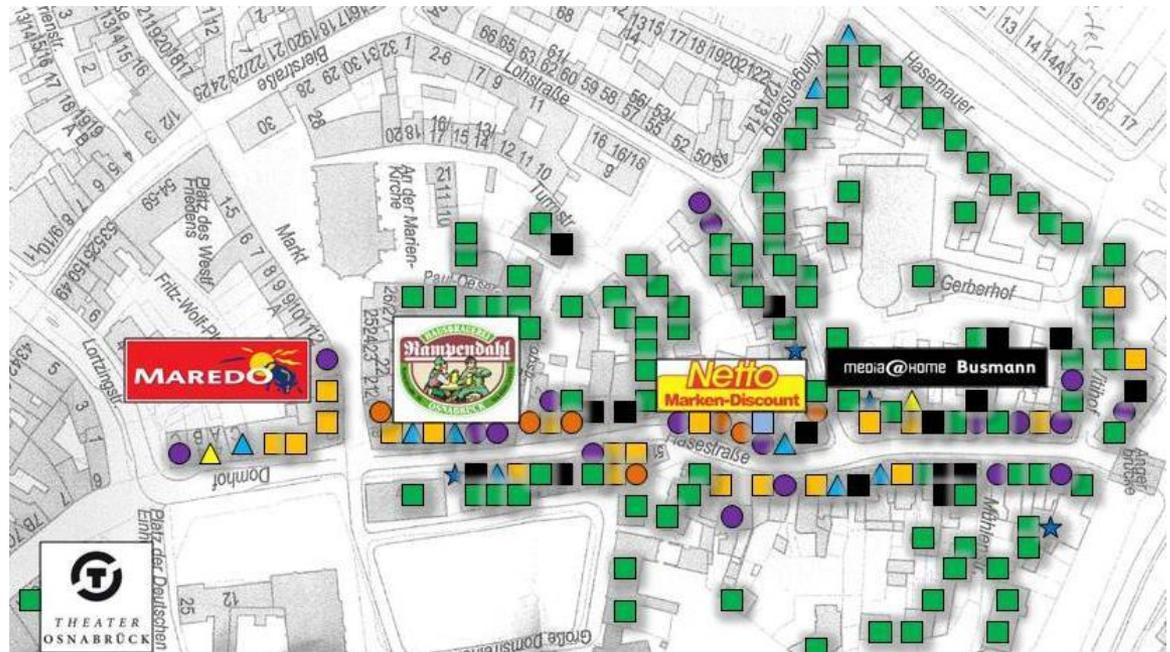
- Beherbergung/Hotellerie ■
- Gastronomie ●
- Reisebüro ▲

- Bäckerei ■
- Fleischerei ●
- Friseur ▲
- sonstiges Handwerk ★

- sonstige Nutzungen ■

- Leerstand ■
- im Bau / Umbau

Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Hasestraße, Teile Domhof, Vitihof

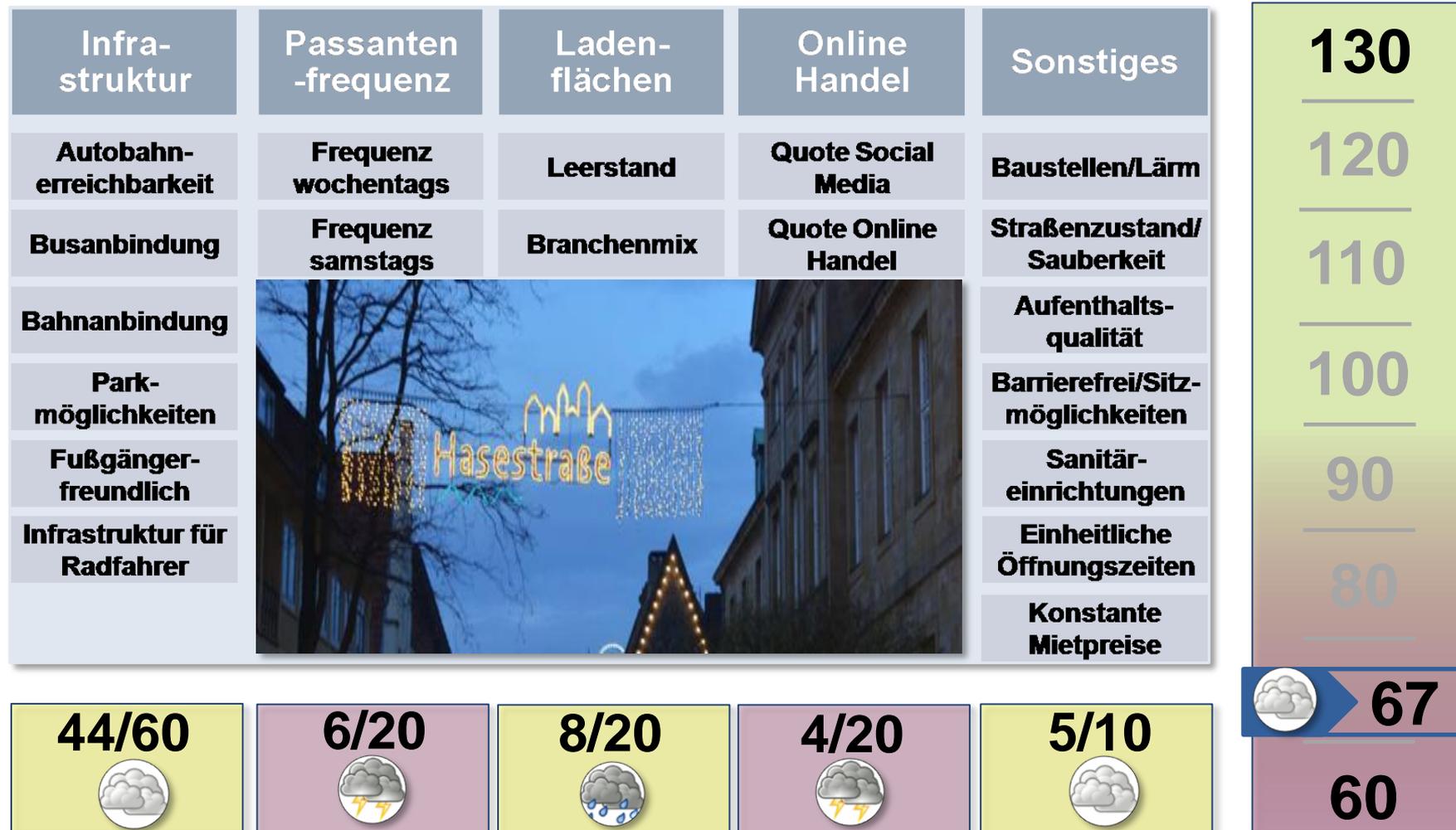
Profil:

- Älteste Kaufmannsstraße der Stadt
- Inhabergeführter Einzelhandel und Traditions-, und Vergnügungsgastronomie
- Kino und Tanzschule
- Konzentration des Friseurhandwerks
- Nahversorgung
- Schwache Aktivität im Online Handel
- Erhöhte Leerstandsquote: 16 % Leerstand



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Hasestraße, Teile Domhof, Vitihof



Kennzahlenanalyse

Geschäftsklima

Quartierscheck

Handlungsfelder

Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Foto: Stadt Osnabrück

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Heger-Tor-Viertel, Rolandsmauer, Bierstraße, Markt, Teil Dielinger

Zentrenrelevante Sortimente ■
 Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
 Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

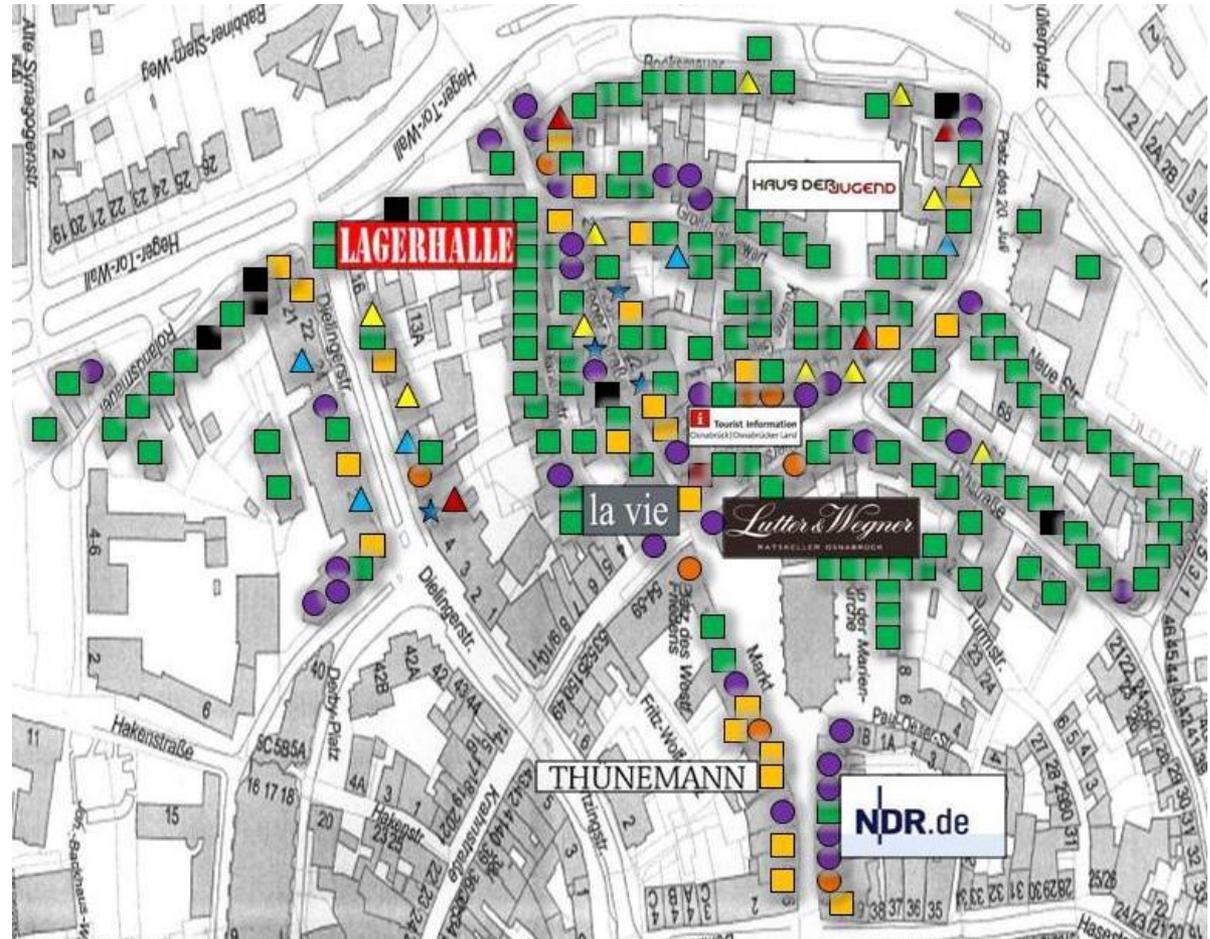
Beherbergung/Hotellerie ■
 Gastronomie ●
 Reisebüro ▲

Bäckerei ■
 Fleischerei ●
 Friseur ▲
 sonstiges Handwerk ★

sonstige Nutzungen ■

Leerstand ■
 im Bau / Umbau

Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
 Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Heger-Tor-Viertel, Rolandsmauer, Bierstraße, Markt, Teil Dielinger

Profil:

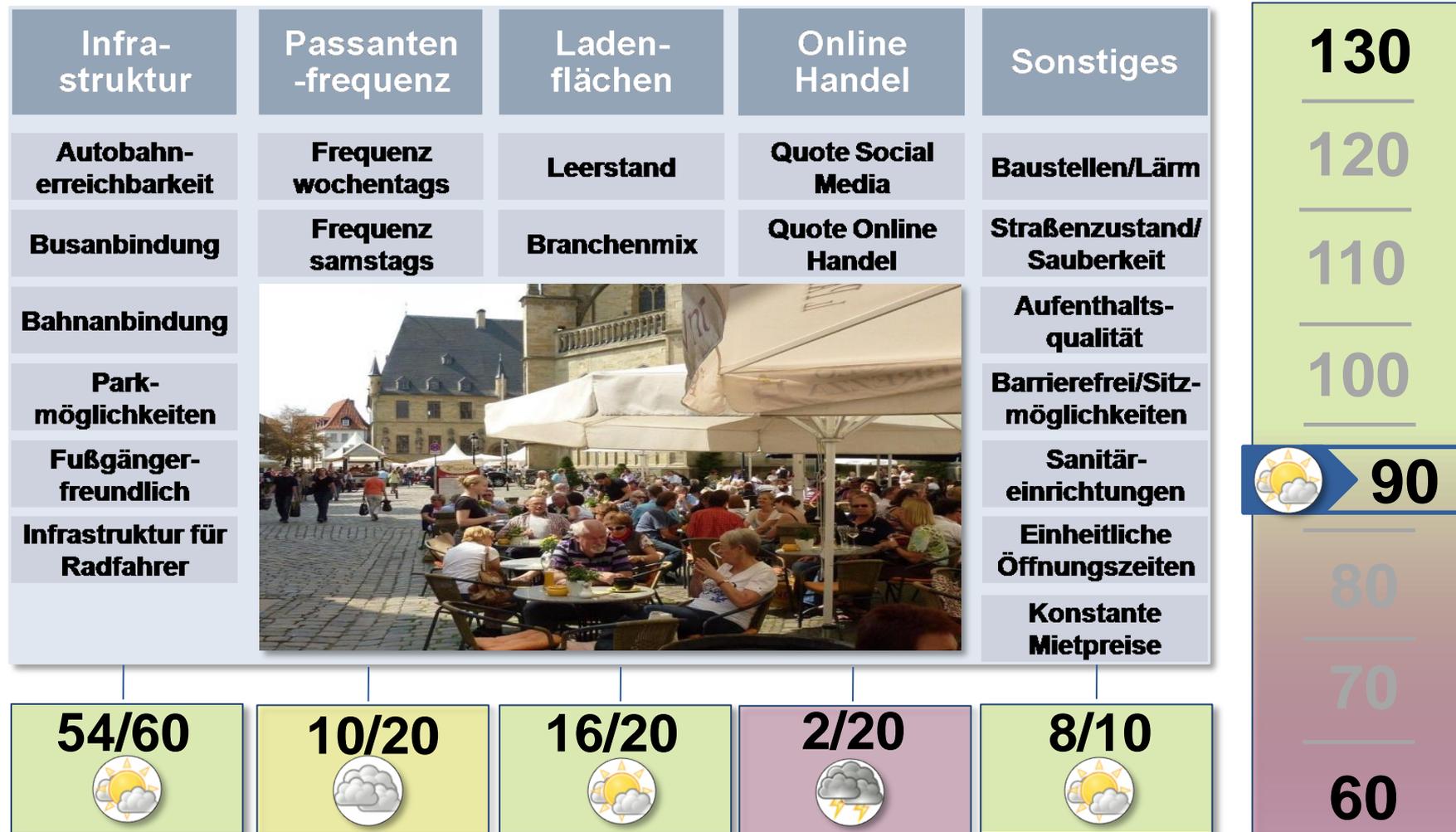
- Historisches Ambiente, beeindruckende Architektur
- Exklusive inhabergeführte Fachgeschäfte, Boutiquen und Galerien
- Bodenständige bis gehobene Gastronomie
- Kulturelle Angebote
- Schwache Aktivität im Online Handel
- Niedrige Leerstandsquote: 5 % Leerstand



Fotos: tourbee.de

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Heger-Tor-Viertel, Rolandsmauer, Bierstraße, Markt, Teil Dielinger



Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Krahnstraße, Theaterpassage, Teile Dielinger-, Lorzingstraße

- Zentrenrelevante Sortimente ■
- Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

- Beherbergung/Hotellerie ■
- Gastronomie ●
- Reisebüro ▲

- Bäckerei ■
- Fleischerei ●
- Friseur ▲
- sonstiges Handwerk ★

- sonstige Nutzungen ■

- Leerstand ■
- im Bau / Umbau

Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
 Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Krahnstraße, Theaterpassage, Teile Dielinger-, Lorzingstraße

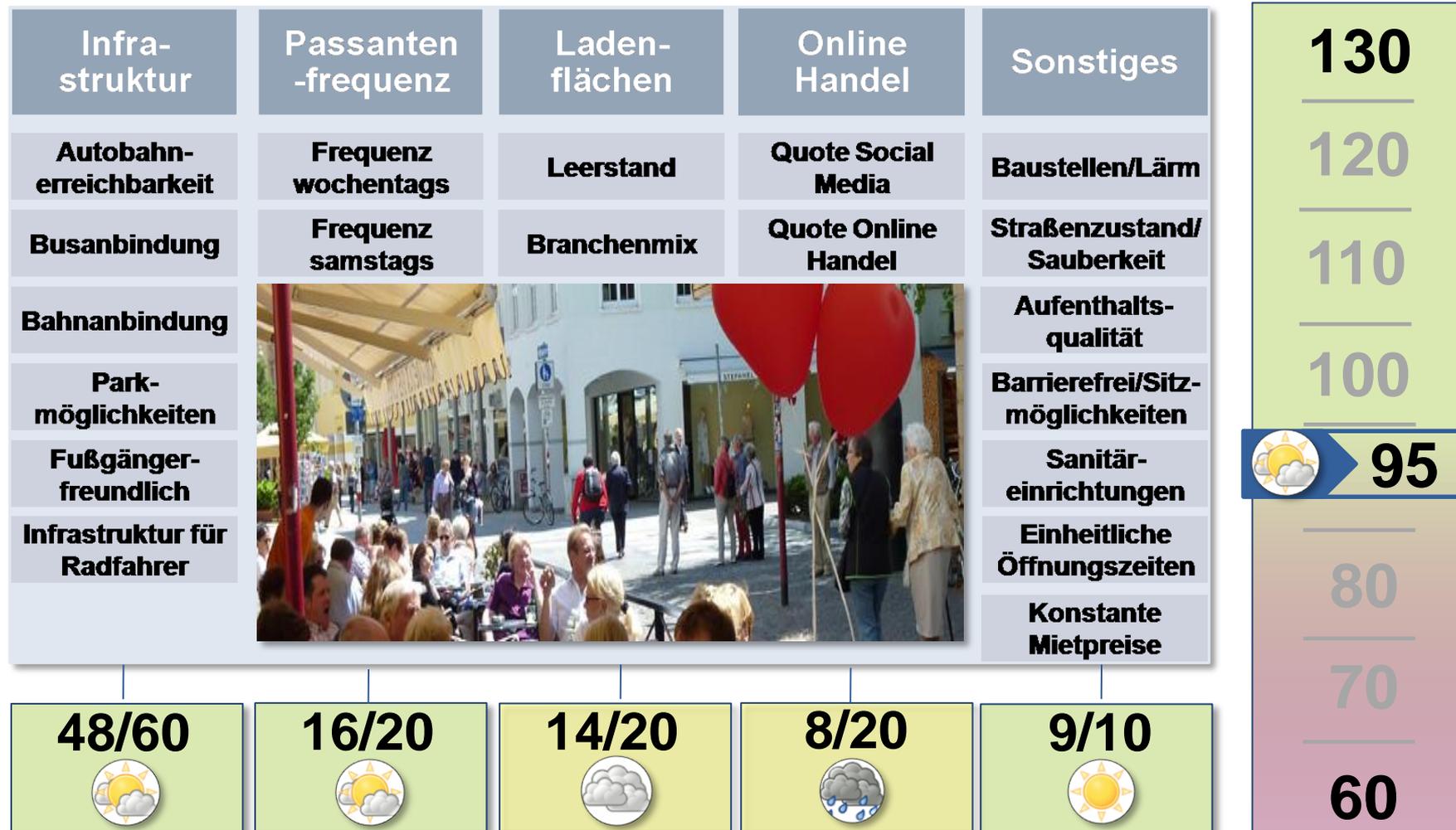
Profil:

- Historisches Ambiente, beeindruckende Architektur
- Exklusive inhabergeführter Geschäfte, Fachgeschäfte, Boutiquen und Galerien
- Vom Eiscafé bis zur Spitzengastronomie
- Hohe Dichte an Optikfachgeschäften
- Ausgewiesene Handelslage: 67 % Handel
- Ausbaufähige Aktivität im Online Handel
- Leerstandsquote: 8 % Leerstand
- Magnet: Fachgeschäfte



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Krahnstraße, Theaterpassage, Dielinger-, Lorzingstraße



Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Nikolaiort, Teile Domhof

- Zentrenrelevante Sortimente ■
- Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

- Beherbergung/Hotellerie ■
- Gastronomie ●
- Reisebüro ▲

- Bäckerei ■
- Fleischerei ●
- Friseur ▲
- sonstiges Handwerk ★

- sonstige Nutzungen ■

- Leerstand ■
- im Bau / Umbau

Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Nikolaiort, Teile Domhof

Profil:

- Wichtigste Einkaufslage
- Höchste Passantenfrequenz
- Guter Mix aus Einzelhandel und Gastronomie
- Hohe Aktivität im Online Handel
- Niedrige Leerstandsquote: 4 % Leerstand
- Sehr hohe Aufenthaltsqualität
- Magnete: P&C, Schäffer



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Nikolaiort, Teile Domhof



Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: HaseQuartier/ Öwer de Hase, Georgstraße

- Zentrenrelevante Sortimente ■
- Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

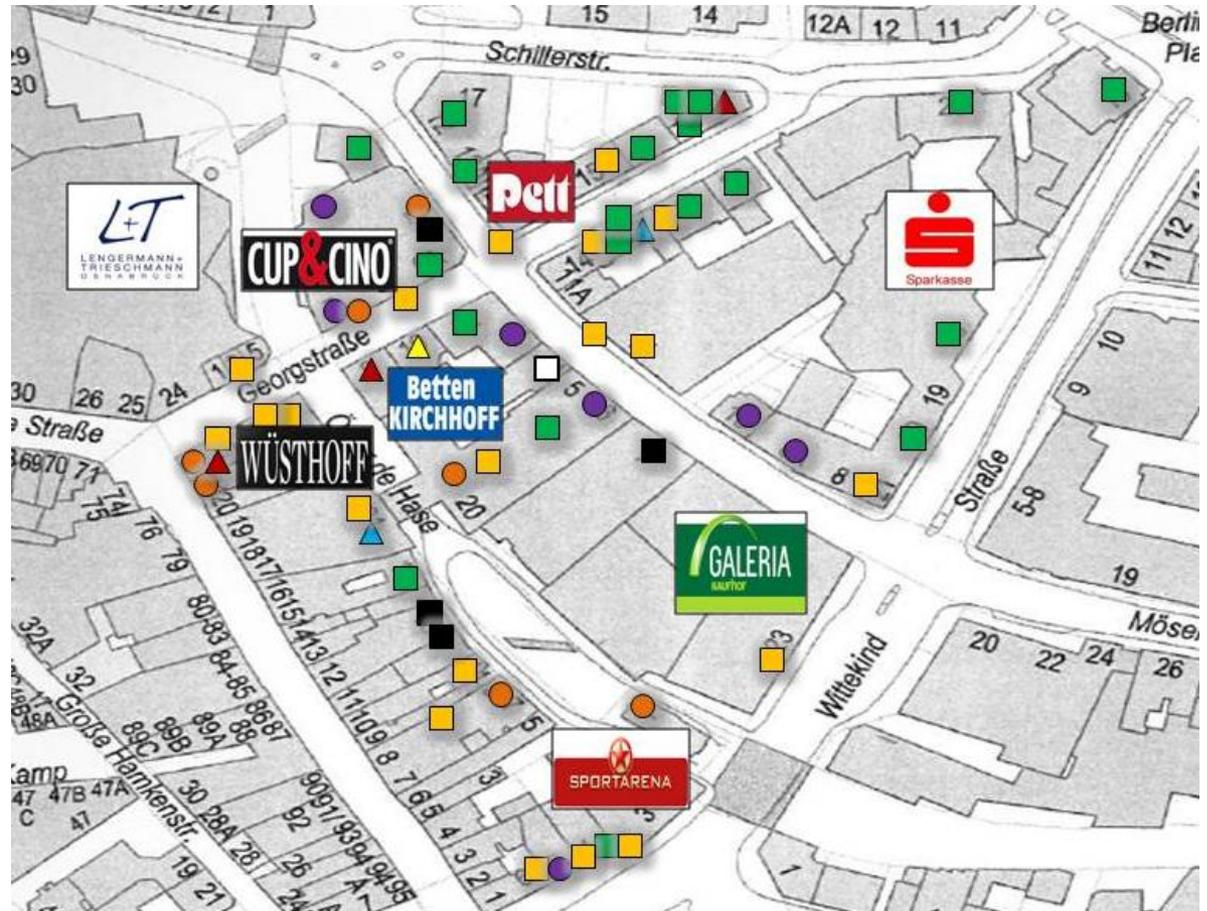
- Beherbergung/Hotellerie ■
- Gastronomie ●
- Reisebüro ▲

- Bäckerei ■
- Fleischerei ●
- Friseur ▲
- sonstiges Handwerk ★

- sonstige Nutzungen ■

- Leerstand ■
- im Bau / Umbau

Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
 Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: HaseQuartier/ Öwer de Hase, Georgstraße

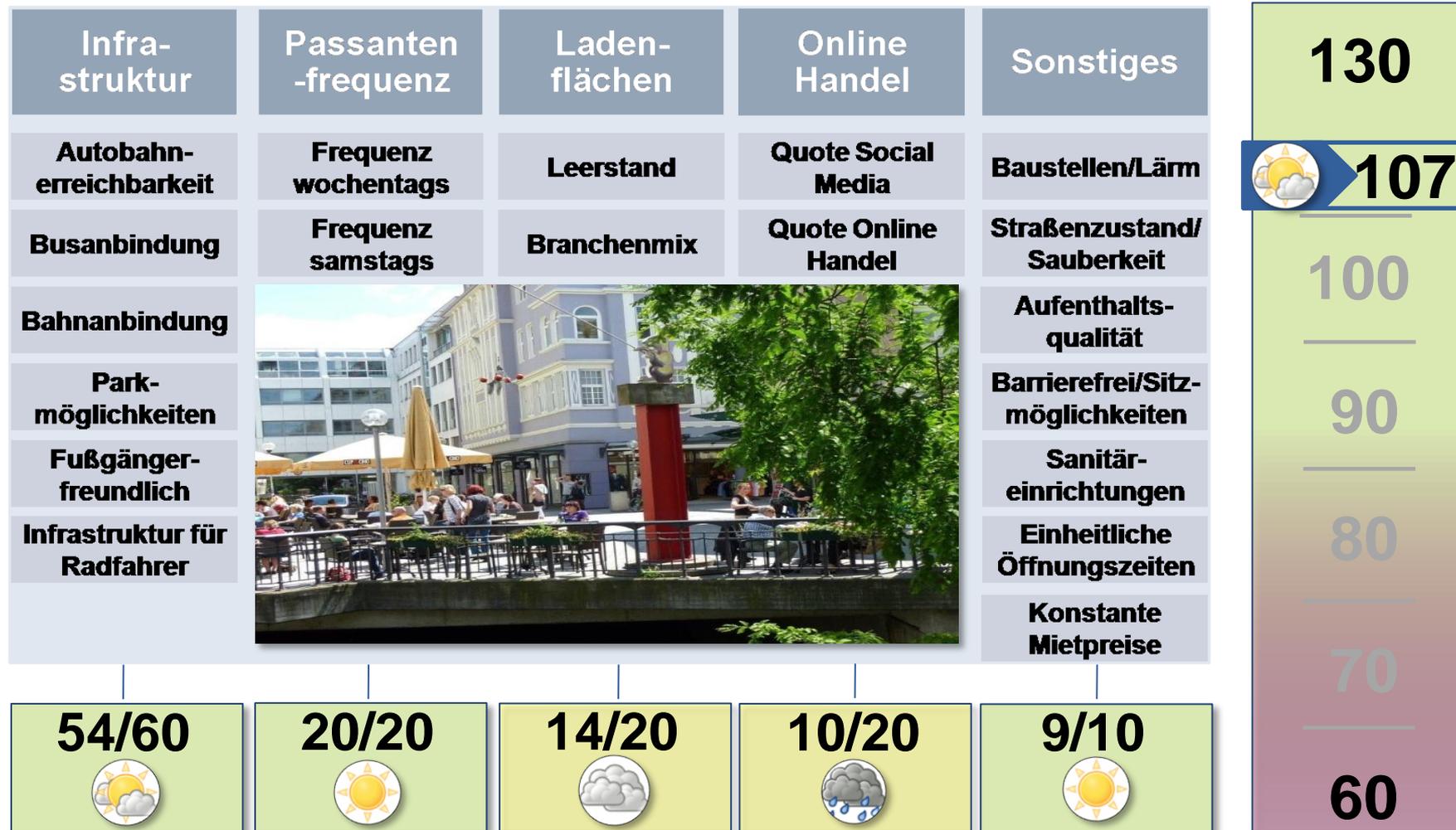
Profil:

- Einziges Einkaufsviertel am Wasser
- Inhabergeführte, alteingesessene Geschäfte
- Hohe Aufenthaltsqualität
- Guter Branchenmix
- Geschäfte, Restaurants, Banken, Cafés
- Hohe Passantenfrequenz
- Ausbaufähige Aktivität im Online Handel
- Leerstandsquote: 8 % Leerstand
- Magnete: Galeria Kaufhof, Parkhaus



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: HaseQuartier/ Öwer de Hase, Georgstraße



Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Herrenteichsstraße

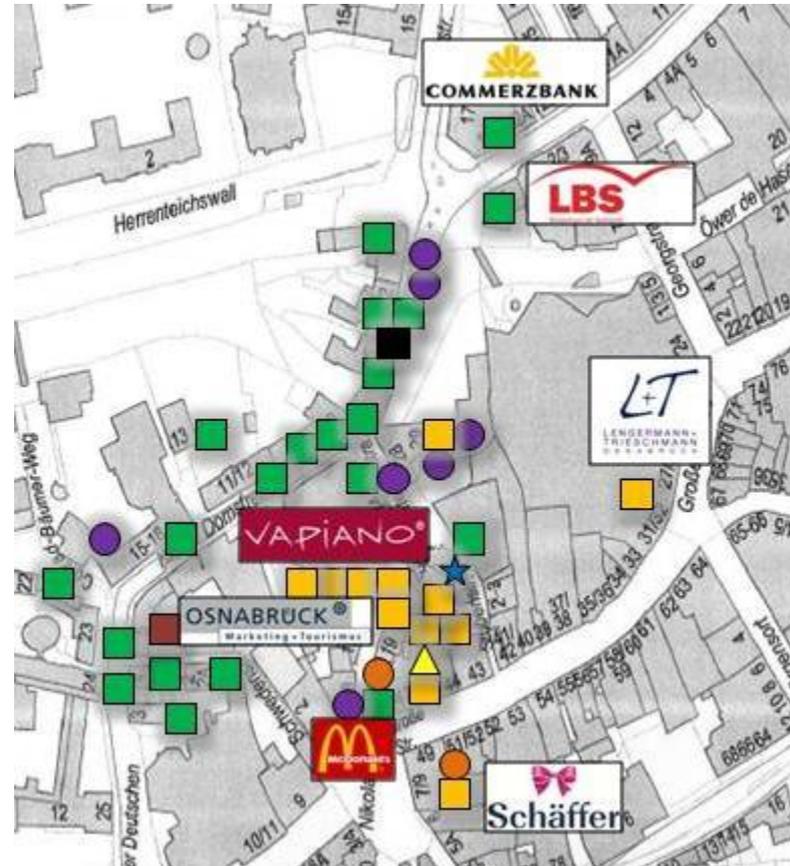
- Zentrenrelevante Sortimente ■
- Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

- Beherbergung/Hotellerie ■
- Gastronomie ●
- Reisebüro ▲

- Bäckerei ■
- Fleischerei ●
- Friseur ▲
- sonstiges Handwerk ★

- sonstige Nutzungen ■

- Leerstand ■
- im Bau / Umbau



Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
 Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Herrenteichsstraße

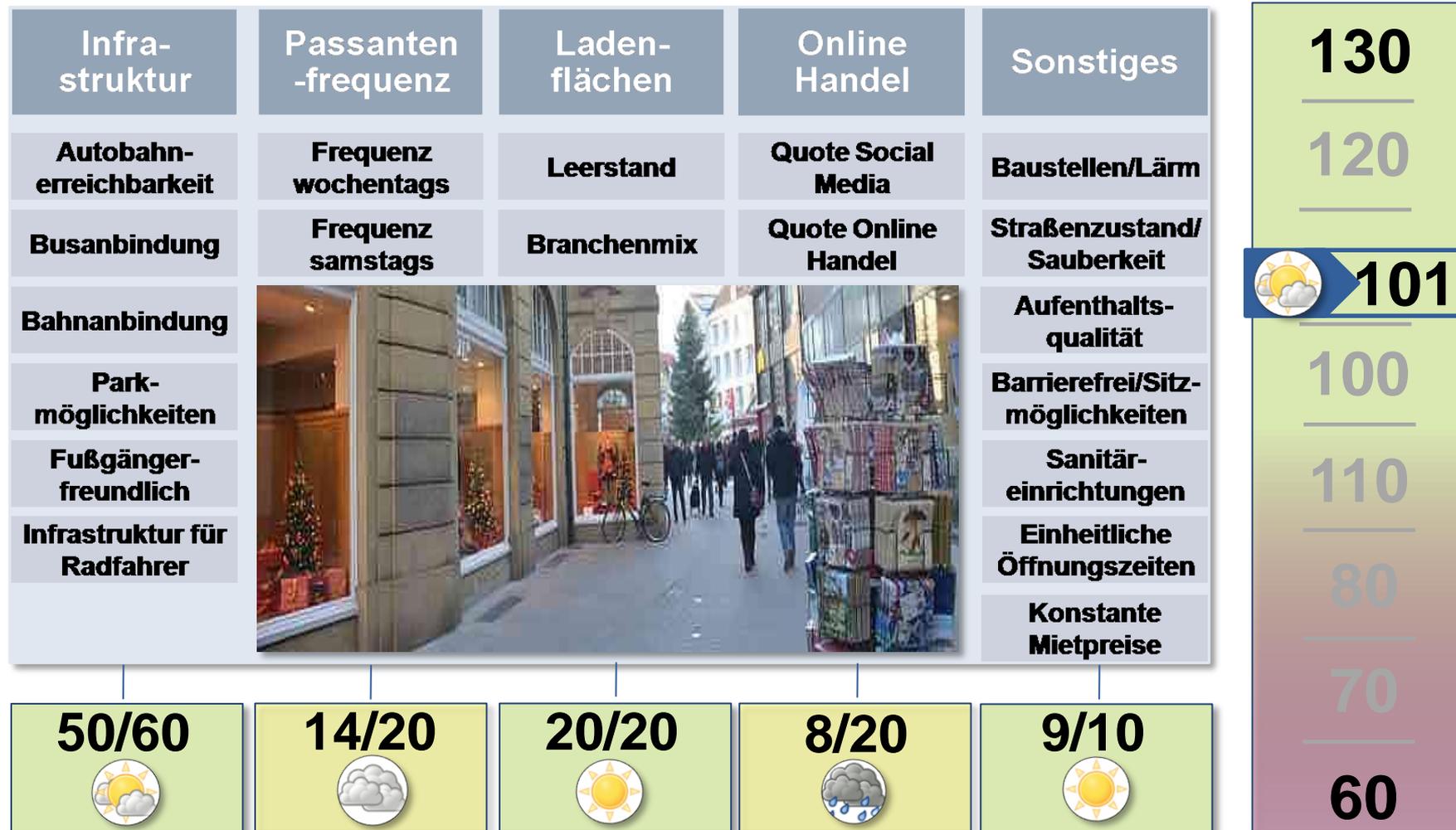
Profil:

- Grenzt an wichtigste Einkaufslage
- Hohe Aufenthaltsqualität
- Eigene Veranstaltungen
- Ausbaufähige Aktivität im Online Handel
- Geringe Leerstandsquote :
4 % Leerstand
- Guter Branchenmix
- Magnete:
Vapiano, Parkhaus



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Herrenteichsstraße



Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Foto: Stadt Osnabrück

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Iburger Straße Karte 1.Abschnitt

- Zentrenrelevante Sortimente ■
- Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

- Beherbergung/Hotellerie ■
- Gastronomie ●
- Reisebüro ▲

- Bäckerei ■
- Fleischerei ●
- Friseur ▲
- sonstiges Handwerk ★

- sonstige Nutzungen ■

- Leerstand ■
- im Bau / Umbau

Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
 Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Iburger Straße Karte 2.Abschnitt

- Zentrenrelevante Sortimente ■
- Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

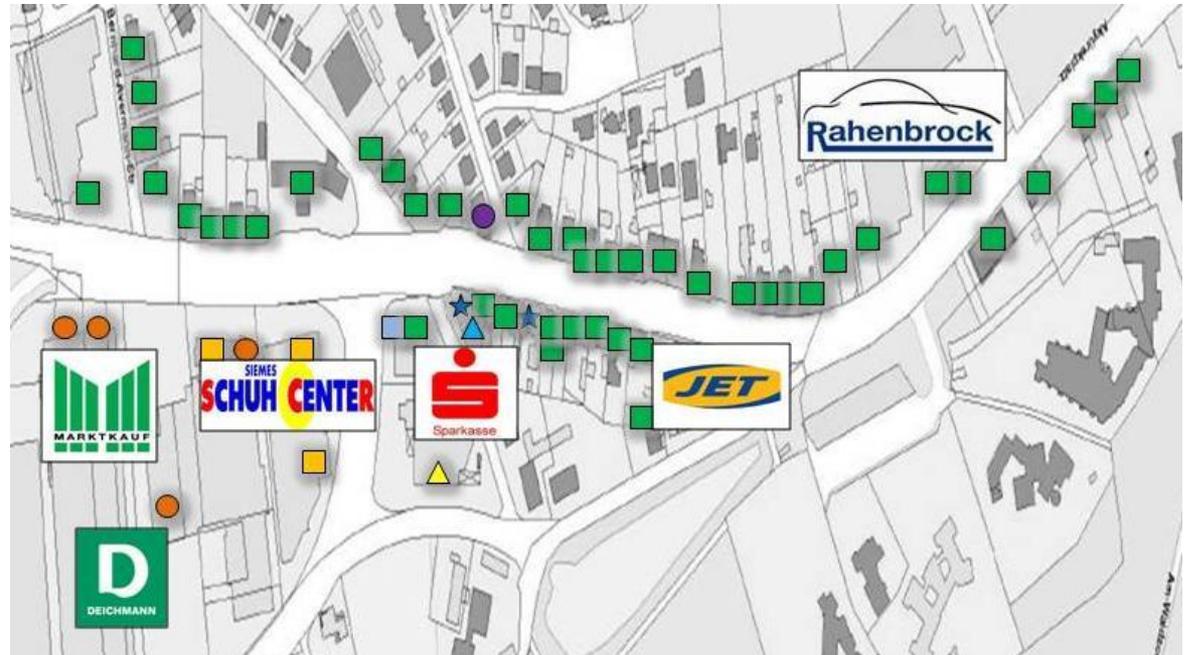
- Beherbergung/Hotellerie ■
- Gastronomie ●
- Reisebüro ▲

- Bäckerei ■
- Fleischerei ●
- Friseur ▲
- sonstiges Handwerk ★

- sonstige Nutzungen ■

- Leerstand ■
- im Bau / Umbau

Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Iburger Straße

Profil:

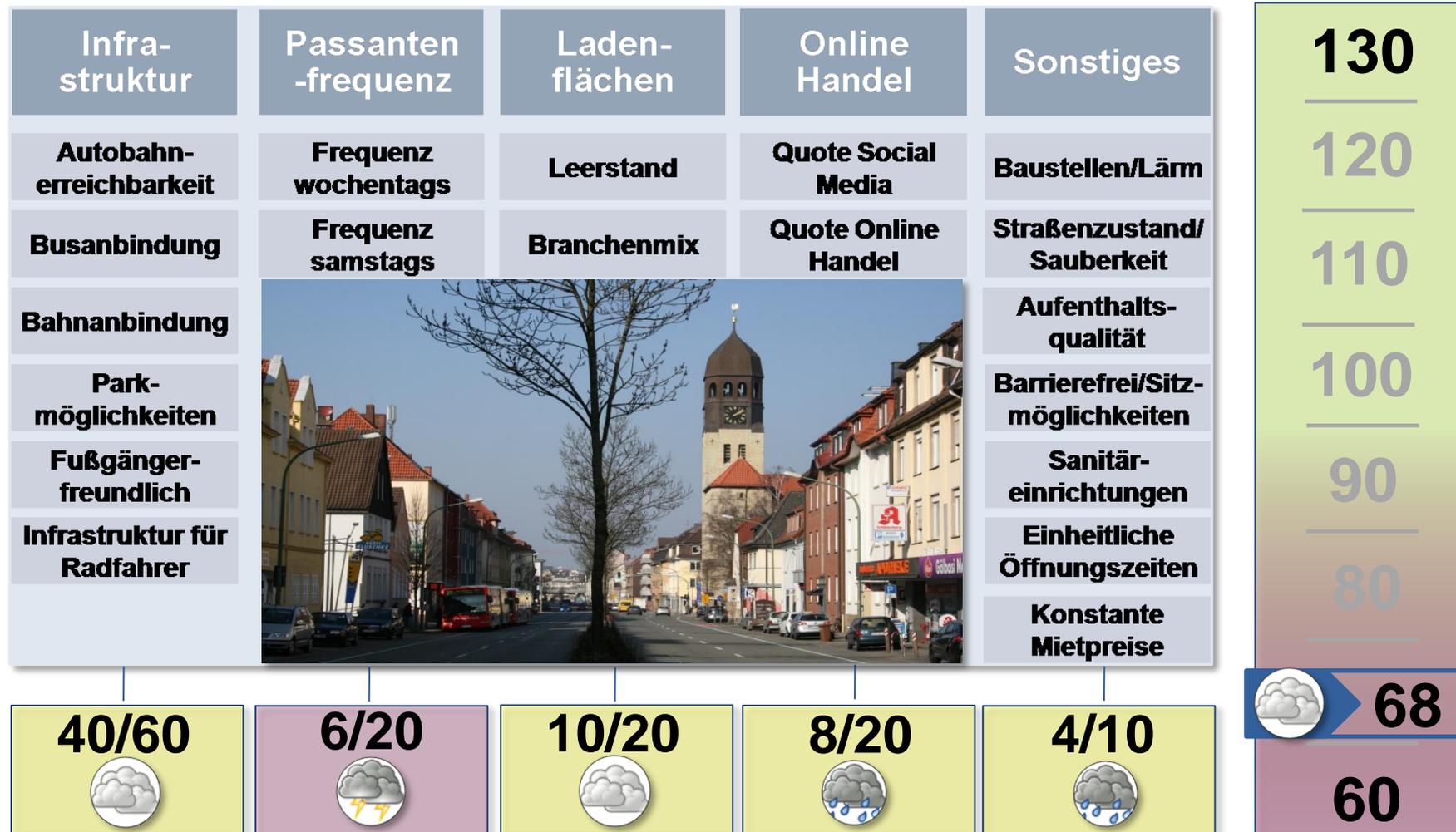
- Eigene Veranstaltungen und Aktionen
- Nahversorgung
- Ausbaufähige Aktivität im Online Handel
- Erhöhte Leerstandsquote :
13 % Leerstand
- Mittlerer Branchenmix
- Geringe Passantenfrequenz



Foto: IGIS

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Iburger Straße



Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Lotter Straße

- Zentrenrelevante Sortimente ■
- Nahversorgungsrelevante Sortimente ●
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente ▲

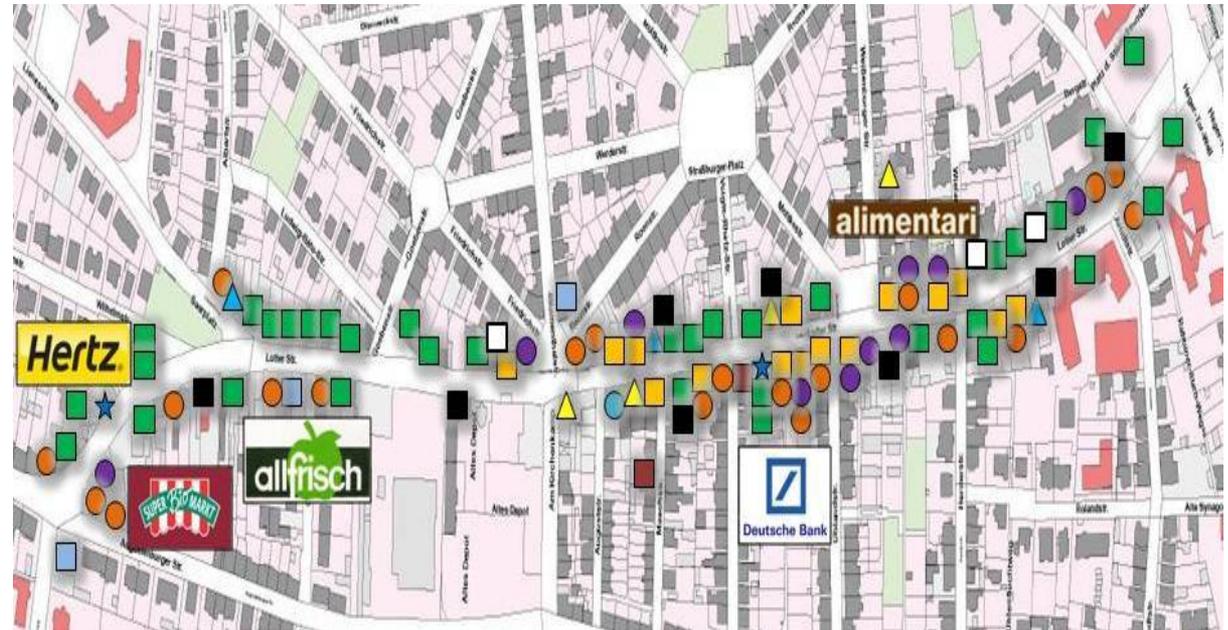
- Beherbergung/Hotellerie ■
- Gastronomie ●
- Reisebüro ▲

- Bäckerei ■
- Fleischerei ●
- Friseur ▲
- sonstiges Handwerk ★

- sonstige Nutzungen ■

- Leerstand ■
- im Bau / Umbau

Eigene Erhebungen, Stand: Februar/März 2014
 Kartengrundlage: Fachdienst Geodaten Stadt Osnabrück



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Lotter Straße

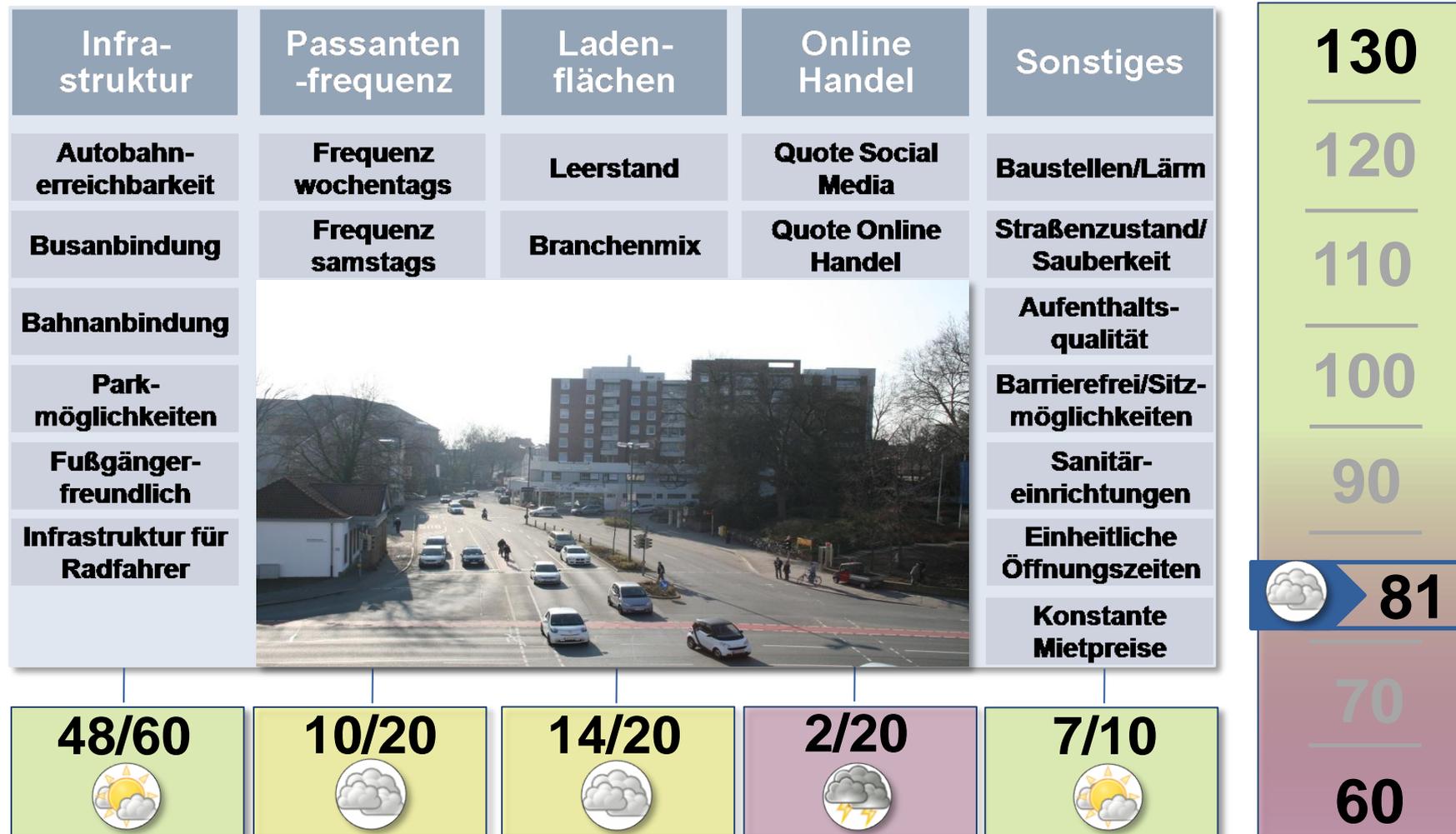
Profil:

- Eigene Veranstaltungen und Aktionen
- Gute Aufenthaltsqualität
- Nahversorgung
- Ausgewiesene Handelslage: 50 % Handel
- Geringe Aktivität im Online Handel
- Leerstandsquote : 10 % Leerstand
- Durchschnittlicher Branchenmix
- Magnete:
Allfrisch, Super Biomarkt, Blumenhaus
Niemann, kleine Fachgeschäfte



Geschäftsstraßen unter der Lupe

Fokus: Lotter Straße



Quelle: Eigene Erhebung Jan/Feb.2014; Divers

Zwischenfazit: Quartierscheck

Aktivitäten der Geschäftsstraßen

Straße	Punkt- zahl	Aktivitäten
Große Straße	118	
Heger-Tor-Viertel, Rolandsmauer, Bierstraße, Markt, Teil Dielingerstraße	90	
Lotter Straße	81	
Kamp Promenade, Hamkenstraße, Jürgensort, Teile Neumarkt	109	
HanseKogge, Redlingerstraße, Teile Kamp	92	
Hasestraße, Vitihof	67	
Krahn-, Dielinger-, Lorzingstraße	95	
Iburgerstraße	68	
Hasequartier, Georgstraße	107	
Herrenteichsstraße	101	
Nikolaiort, Teile Domhof	114	
Johannisstraße Teil 1	86	
Johannisstraße Teil 2	79	
Johannisstraße Teil 3	75	

Quartierscheck 2014

Zwischenfazit

Standort
ausschlaggebend
für Erfolg
-

Infrastruktur
+

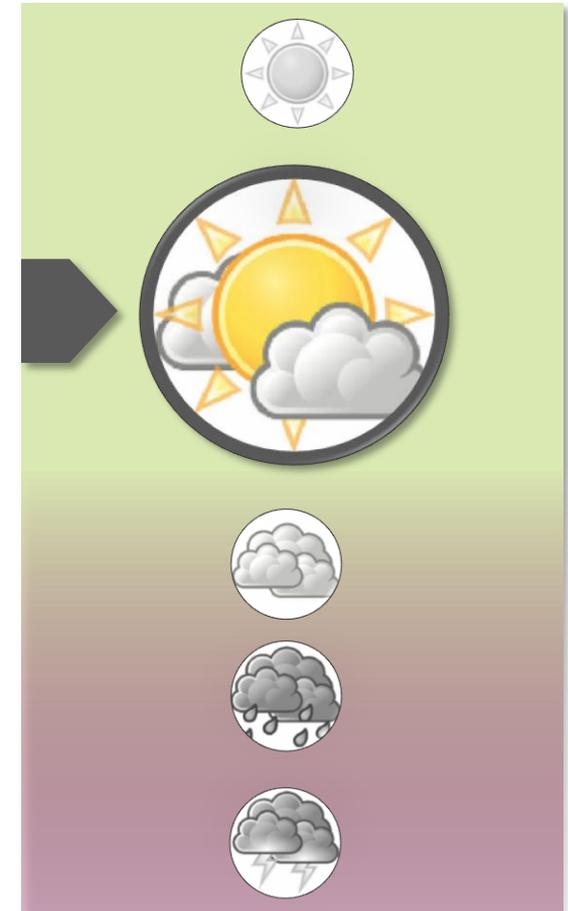
Nutzung der
Ladenflächen
o

Passanten-
frequenz
-

Online Handel
o

Kaum Beein-
trächtigungen
+

Quartier





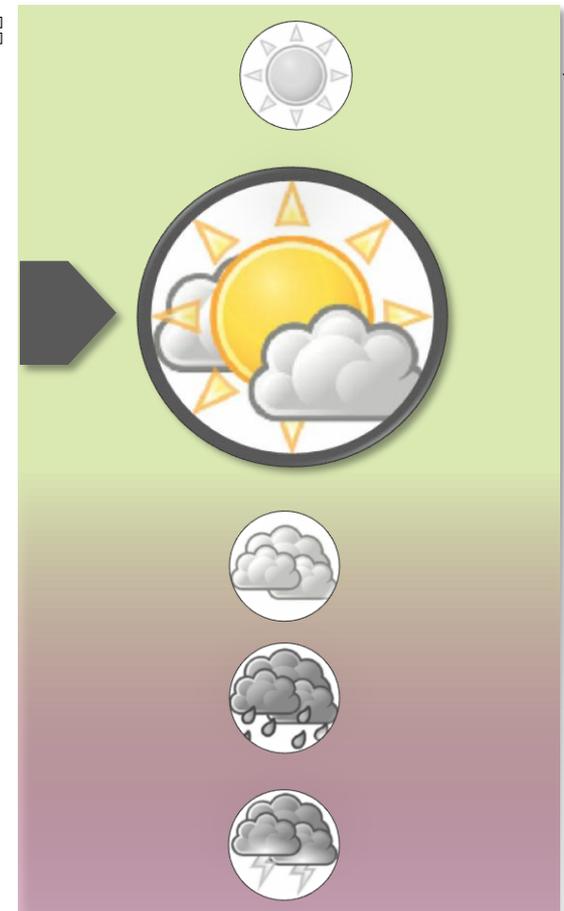
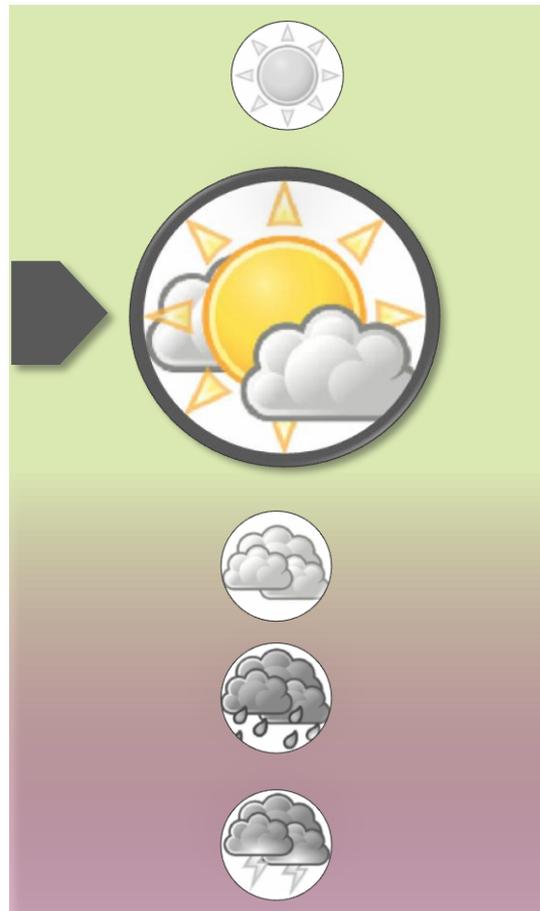
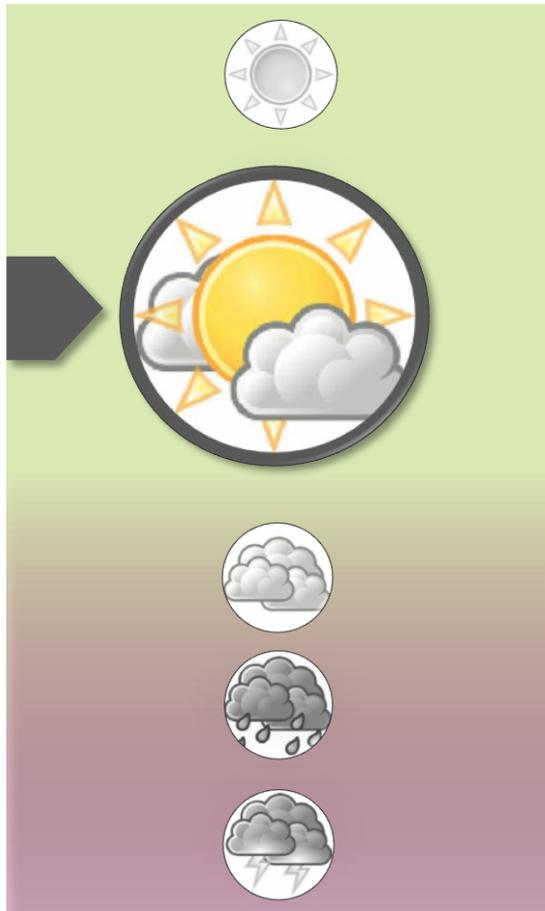
Fazit

Handlungsfelder – Ausrichtung 2014+

Standort

Stimmung

Quartier



Handelsmonitor 2014



Eine Gemeinschaftsstudie von:

Osnabrück-Marketing und Tourismus GmbH (OMT)

Osnabrücker City Marketing e.V. (OCM)

Industrie- und Handelskammer Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim (IHK)

Ihre Ansprechpartner:

Iris Pohl
City-Management

Ira Klusmann
1. Vorsitzende

Falk Hassenpflug
Referent für Handel und Tourismus

Osnabrück-Marketing
und Tourismus GmbH
pohl.i@osnabrueck.de

Osnabrücker City
Marketing e.V.
i.klusmann@hotelremarque.de

Industrie- und Handelskammer
Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim
hassenpflug@osnabrueck.ihk.de

Die Ermittlung und Auswertung, der diesem Bericht zugrunde gelegten Daten und Aussagen ist mit größter Sorgfalt und im Sinne einer wissenschaftlichen und neutralen Herangehensweise bzw. Analysemethodik bearbeitet worden. Alle im Rahmen der Studie erhobenen Daten wurden gemäß geltender gesetzlicher Datenschutzbestimmungen erhoben und verwendet. Daten, die diesen Vorgaben nicht ausreichend genügen, sind als solche gekennzeichnet bzw. nicht in die Auswertungen eingegangen. Des Weiteren wird angemerkt, dass aufgrund der Fülle der Datensätze und deren Verwendbarkeit nur eine Kurzfassung zur Verfügung gestellt werden kann.

Die Verbreitung und Verwendung dieser Veröffentlichung, auch in Teilen, ist erwünscht, aber nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Zustimmung der Verfasser gestattet.