

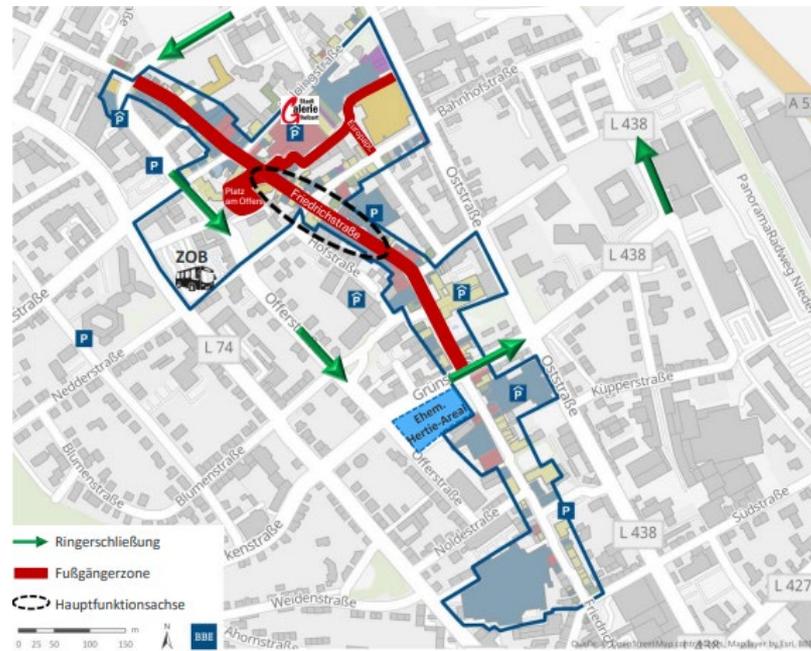
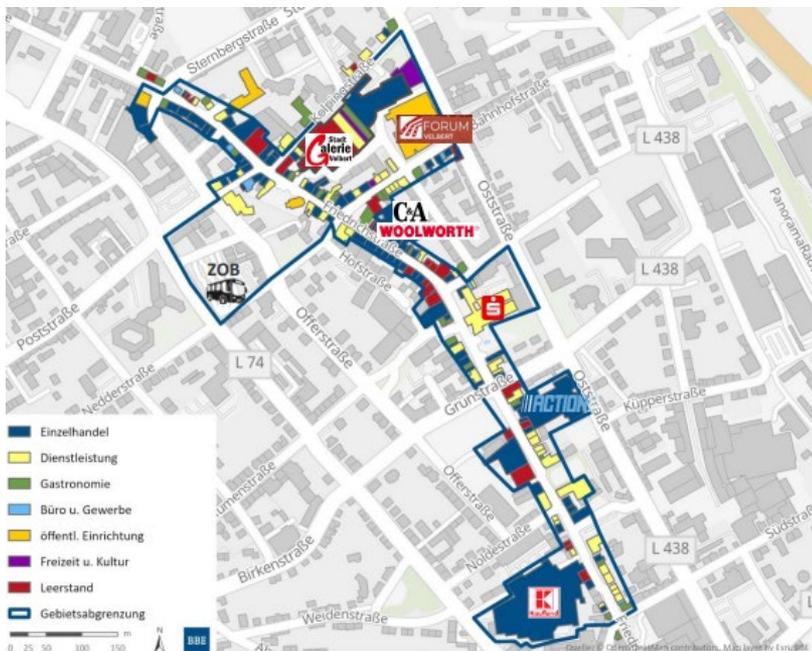
Digitale Standortanalyse in Velbert Mitte

Der Blick hinter die Daten.

Zur Studie

- **Ansatz:** Aufbau einer umfassenden Datengrundlage für die Innenstadtentwicklung, u. a.
 - Herkunft der Besucher,
 - Frequenzen,
 - Laufwege,
 - Kopplungsbesuche,
 - ...
- **Ziele:**
 - Konstruktive Teilnahme an Diskussionen zur Zukunft der Innenstädte,
 - Grundlage für fundierte Entscheidungen für die Innenstadtentwicklung schaffen,
 - Beratung für Politik, Verwaltung, innerstädtische Unternehmer, Stadtmarketing und Immobilieneigentümer.
- **Datengrundlage:** In-App-Daten, Gesamtjahr 2023

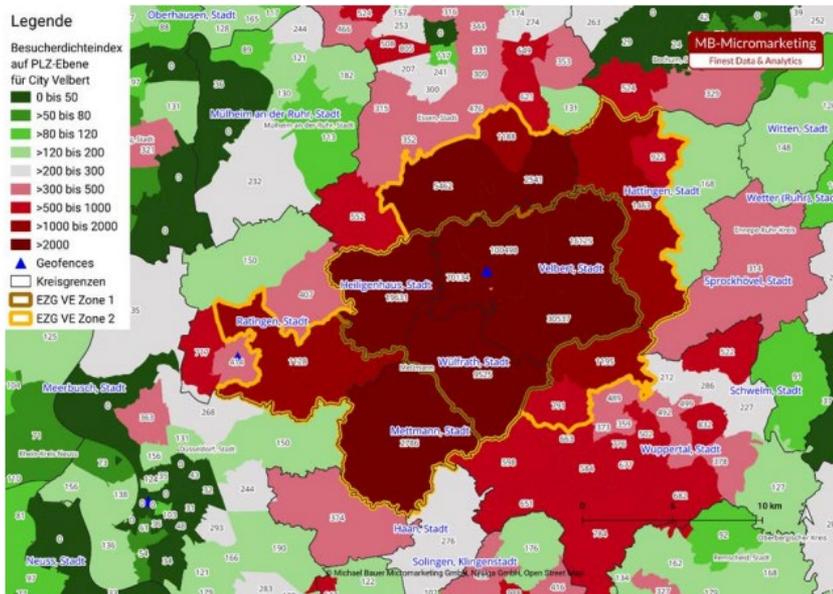
Der Untersuchungsraum



Lagequalitäten

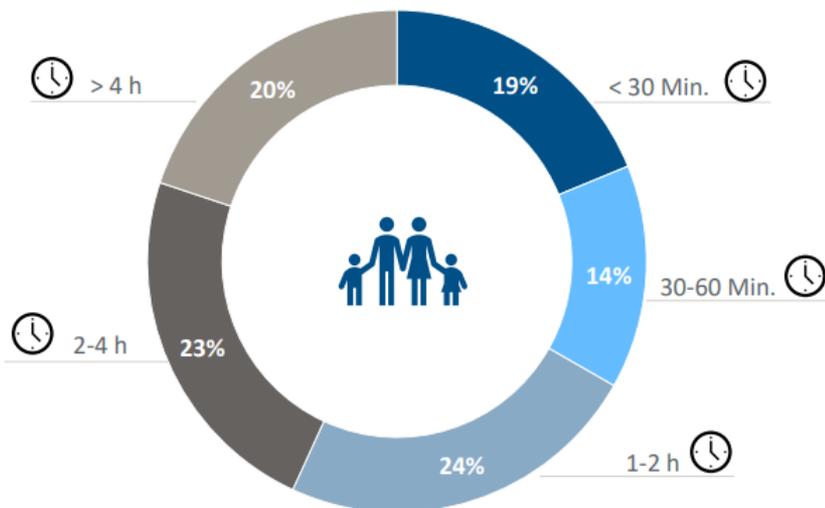


Besucherherkunft



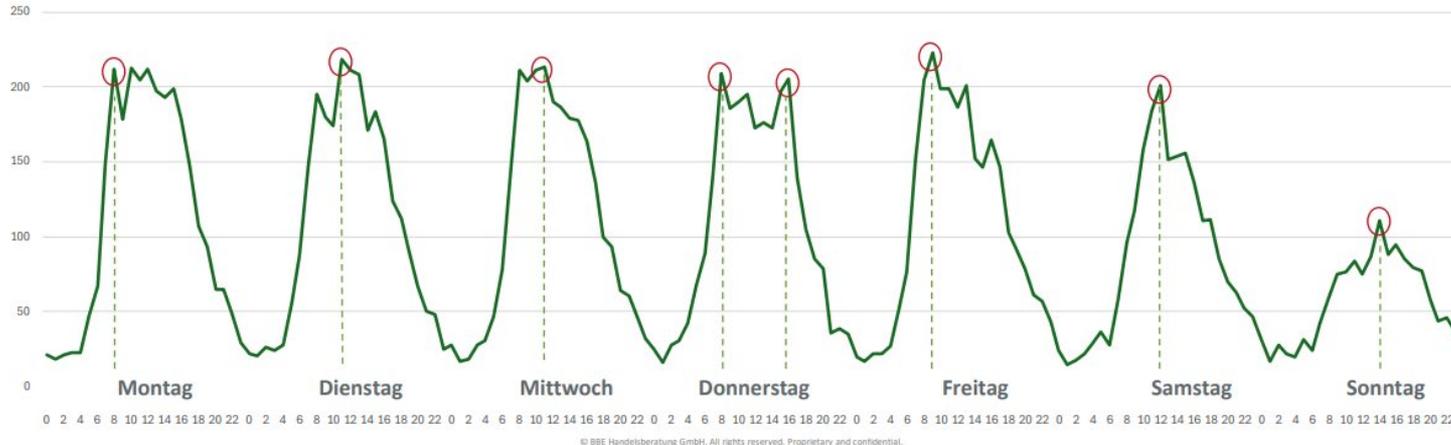
- Velbert hat eine regionale Ausstrahlungskraft, die durch die Nachbarstädte Mülheim a.d.R., Essen, Wuppertal, Ratingen und Düsseldorf begrenzt wird.
- In der Summe ergibt sich ein Einzugsgebiet von rd. 300.000 Menschen:
 - Zone 1: Velbert, Wülfrath und Heiligenhaus (129.100 EW)
 - Zone 2: Hattingen-West, Wuppertal-Nord, Mettmann, Ratingen-Lintorf und Essen-Süd (164.400 EW)

Aufenthaltsdauer



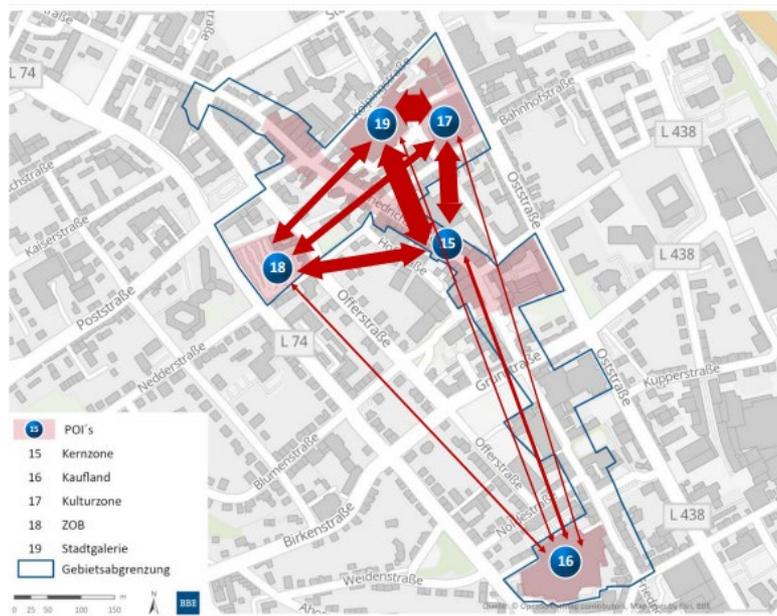
- Gäste bleiben im Schnitt 129 Minuten, unabhängig vom Einzugsgebiet.
- 57 Prozent bleiben unter 2 Stunden; nur 20 Prozent länger als vier Stunden.
- Knapp ein Viertel halten sich 2 bis 4 Stunden in der Innenstadt auf.
- **Die Verlängerung der Aufenthaltsdauer ist anzustreben, u.a. durch bessere Verknüpfung und den Ausbau von Einkaufs- und Gastronomiequartieren.**

Frequenzverlauf



- Werktägliches Verhalten mit einer ersten Besucherspitze um 8 Uhr und einer zweiten in den Mittagsstunden.
- Einzig am Donnerstag-Nachmittag (14 – 18 Uhr) ist eine Besucherspitze zu beobachten, die u.a. auf den Feierabendmarkt zurückzuführen ist.
- Nach 18 Uhr liegt die Besucherzahl bei max. einem Viertel des Mittagswertes, sodass die Innenstadt nur wenige Besucher mit ihrem Kultur- und Freizeitangeboten anlockt.

Wegebeziehungen



Methodik: nur Besuche von 2 POI's am selben Tag wurden gezählt

- Starke Austauschbeziehungen bestehen zwischen der Kernzone, der StadtGalerie und der Kulturzone.
- Der Kaufland-Standort weist keine bedeutsamen Besucherverflechtungen mit den anderen innerstädtischen POI's auf.
- Die Verknüpfung von ZOB und der Kernzone sowie StadtGalerie und Kulturzone ist funktionsfähig.

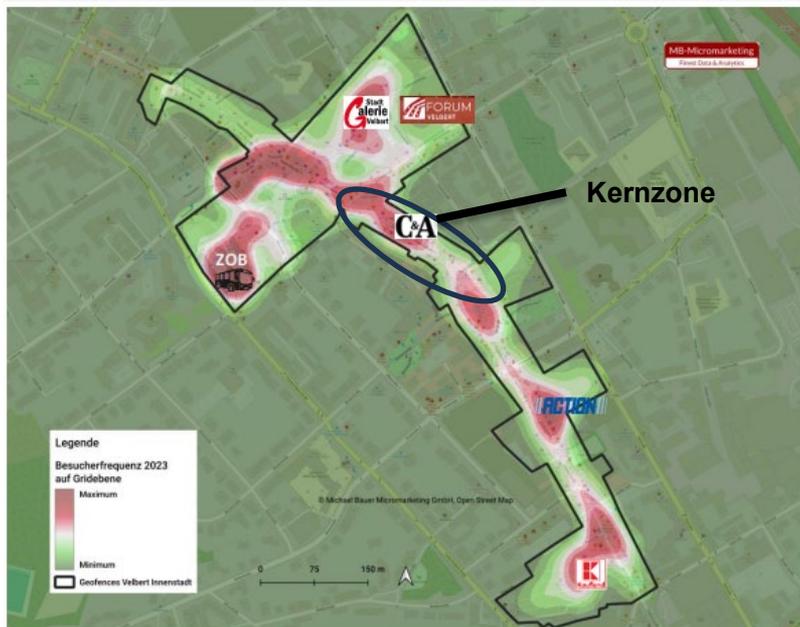
Wegebeziehungen

POI's	Kernzone	Kaufland	Kulturzone	ZOB	StadtGalerie
Kernzone	x	8%	40%	38%	45%
Kaufland	17%	x	6%	9%	7%
Kulturzone	85%	6%	x	30%	96%
ZOB	45%	5%	17%	x	18%
StadtGalerie	84%	6%	87%	29%	x

Wegebeziehungen

- **Laufwege zeigen den Nukleus der Innenstadt auf. Gemessen an den Leerständen sollte der Fokus auf eine Innenstadtentwicklung hier liegen!**
- **Der Kaufland ist ein Solitärstandort**
- **Der ZOB ist eine bedeutende Verbindungsachse. Eine städtebauliche Aufwertung zur Innenstadt ist wünschenswert.**

Frequenzverläufe



- Es gibt nur punktuelle Hot Spots: ZOB, nördliche Kernzone mit Platz am Offers, StadtGalerie, Friedrich-Karrenberg-Platz/Sparkasse, Kaufland.
- Der POI „Kernzone“ ist kein homogener Bereich. Vielmehr zeigen die Besucherzahlen eine schwache Ausprägung der Verbindung zwischen der nördlichen und mittleren Kernzone und dem Friedrich-Karrenberg-Platz.
- Auch in der Oberstadt sind keine ausgeprägten Verbindungen zwischen der Friedrichstraße / Grünstraße und dem Kaufland-Standort vorhanden.
- Der nördliche Abschnitt der Fußgängerzone und das Forum Velbert („Kulturzone“) weisen nur sehr geringe jährliche Besucherzahlen auf.

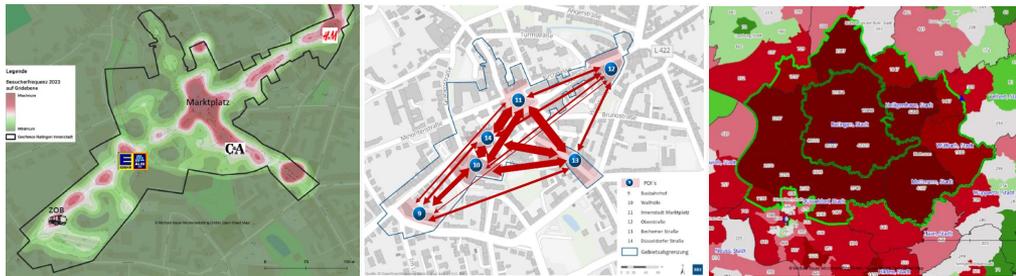
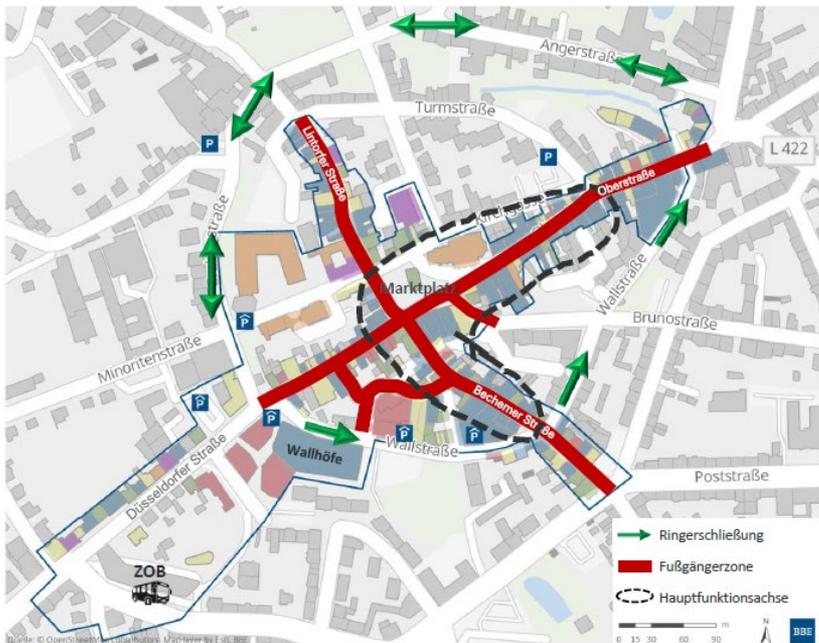
Velbert, 'alle Besucher'

	Deutschland = 100		
	Anteil Ziel	Anteil Basis	Index
niedrigste Kaufkraft	4,88%	6,09%	80,1
unterdurchschnittliche Kaufkraft	18,88%	17,04%	110,8
leicht unterdurchschnittliche Kaufkraft	27,64%	22,98%	120,3
durchschnittliche Kaufkraft	19,64%	20,07%	97,9
leicht überdurchschnittliche Kaufkraft	14,27%	14,38%	99,2
überdurchschnittliche Kaufkraft	7,88%	8,89%	88,6
höchste Kaufkraft	6,81%	10,55%	64,5
Summe	100,00%	100,00%	—

Marcus Stimler

02051 9200-10

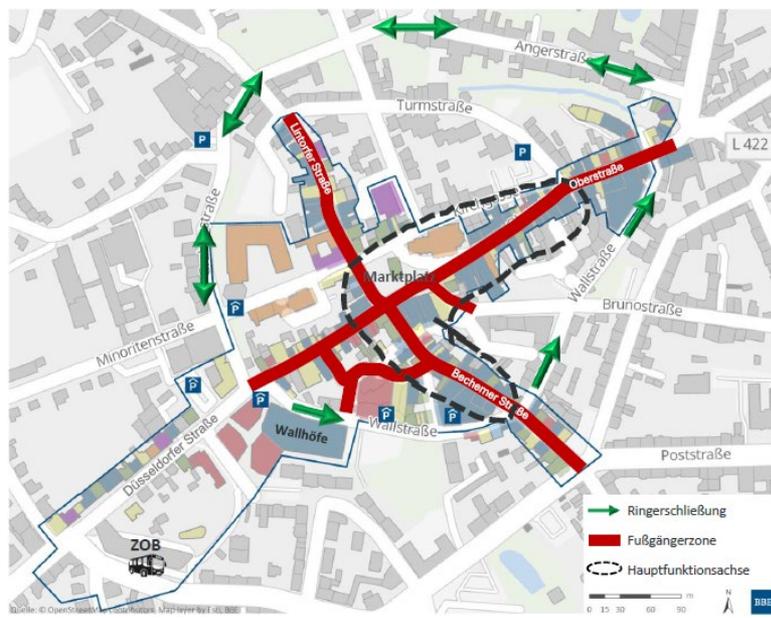
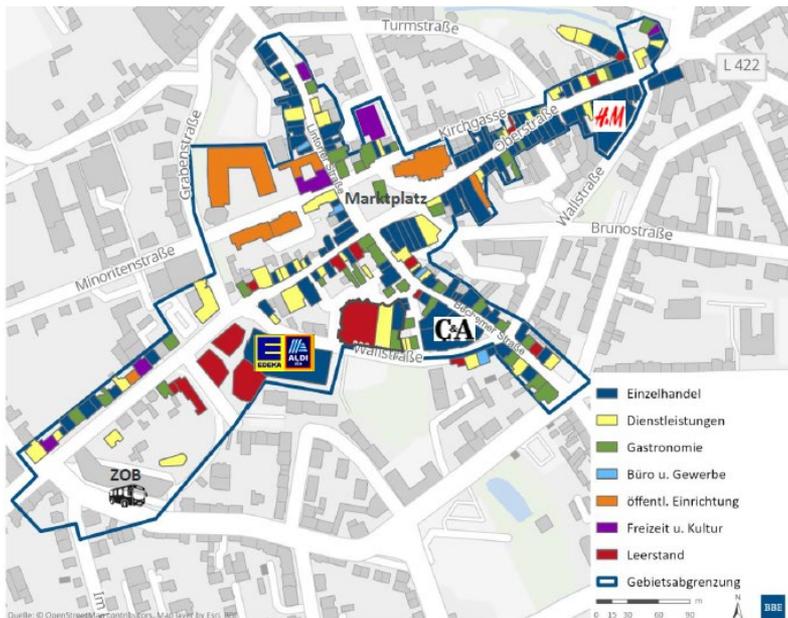
marcus.stimler@duesseldorf.ihk.de



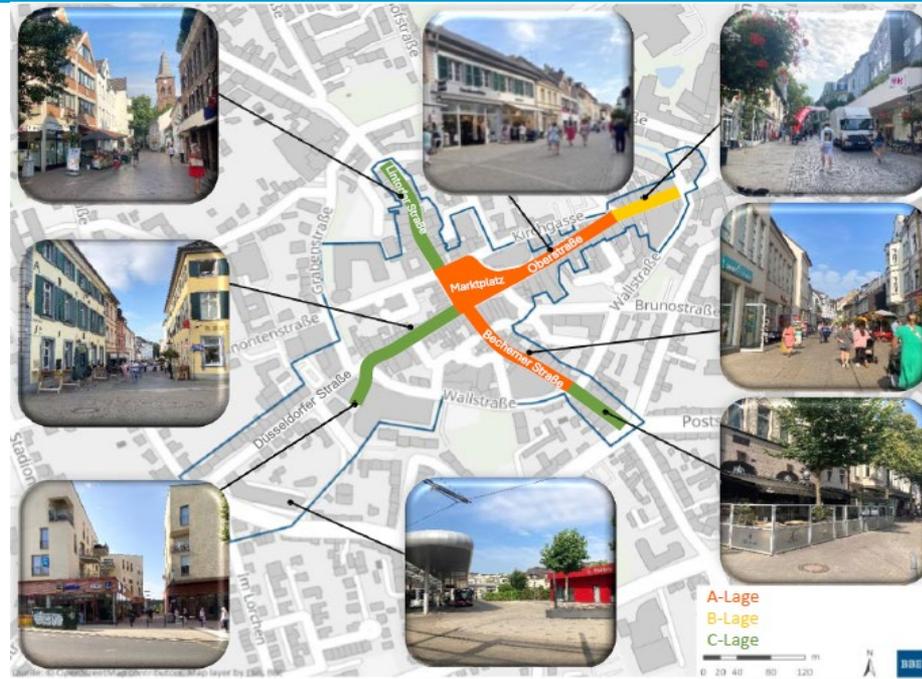
Digitale Standortanalyse in der Rater City

Der Blick hinter die Daten.

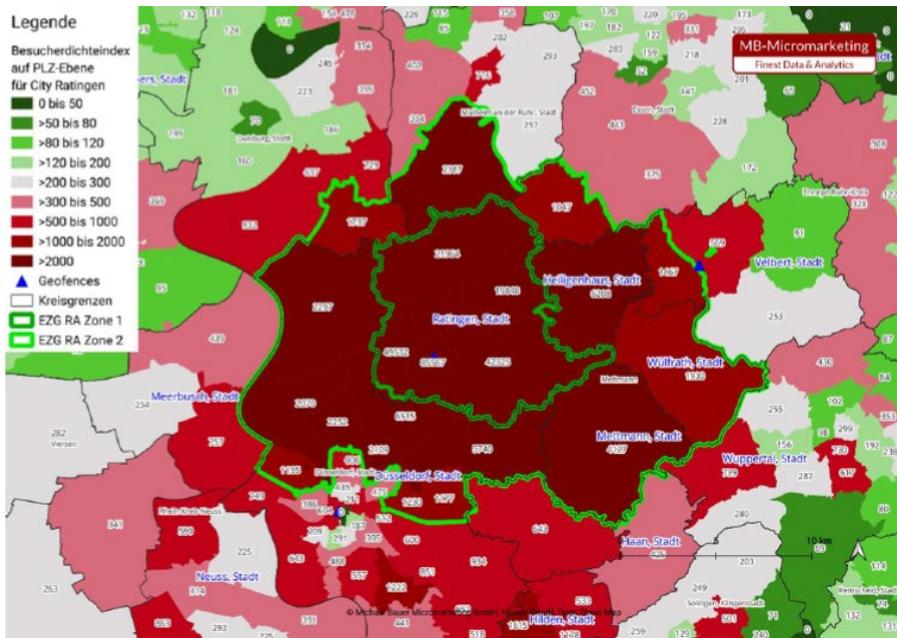
Der Untersuchungsraum



Lagequalitäten



Besucherherkunft



- Ratingen hat regionale Ausstrahlungskraft
- In der Summe ergibt sich ein Einzugsgebiet von über 450.000 Menschen:
 - Zone 1: Ratingen (ca. 87.000 Ew.)
 - Zone 2: Düsseldorf Nord-Ost, Mettmann, Wülfrath, Velbert-West, Heiligenhaus, Essen-Süd, Mülheim-Süd, Duisburg-Süd (ca. 364.000 Ew.)

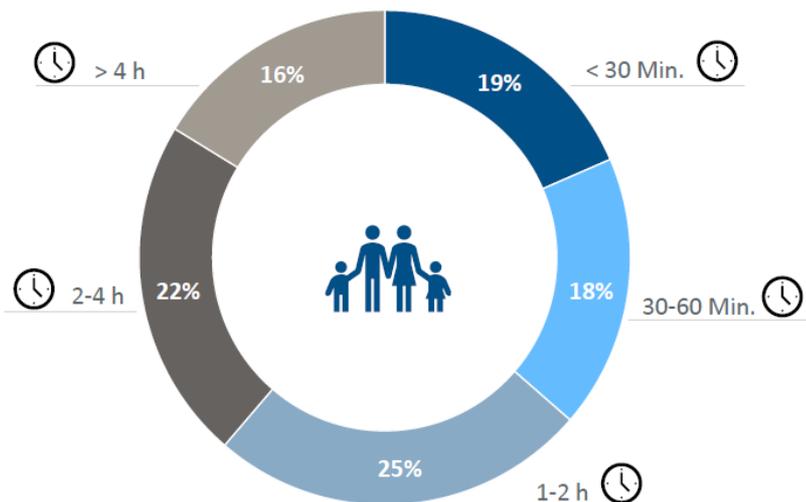
Besucherinnen und Besucher

Ratings, 'alle Besucher'

	Deutschland = 100
	Index
niedrigste Kaufkraft	50,2
unterdurchschnittliche Kaufkraft	51,6
leicht unterdurchschnittliche Kaufkraft	70,2
durchschnittliche Kaufkraft	79,1
leicht überdurchschnittliche Kaufkraft	113,6
überdurchschnittliche Kaufkraft	169,9
höchste Kaufkraft	233,9

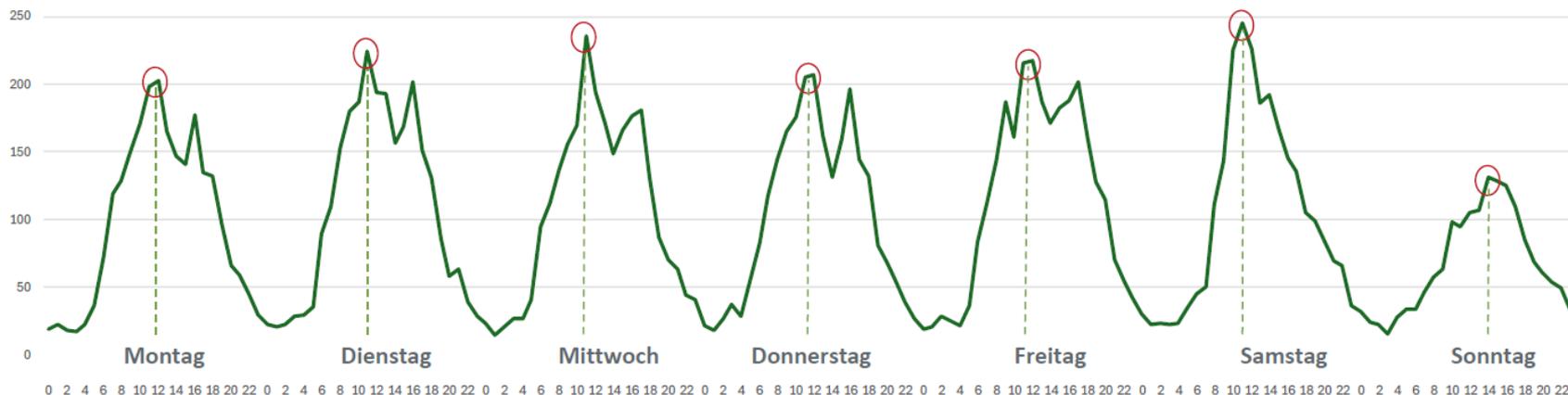
- Besuchermix wird in starkem Maße durch Kaufkraftklassen bestimmt, die über dem Durchschnitt liegen.
- Hoher Anteil Älterer (60+), 31 – 40-Jährige unterrepräsentiert.

Aufenthaltsdauer



- Gäste bleiben im Schnitt 120 Minuten, unabhängig vom Einzugsgebiet.
- Aufenthaltsdauer fast so hoch wie in Düsseldorf (130 Minuten).
- 62 % der Gäste bleiben weniger als zwei Stunden, 22 % zwischen zwei und vier Stunden.

Frequenzverlauf

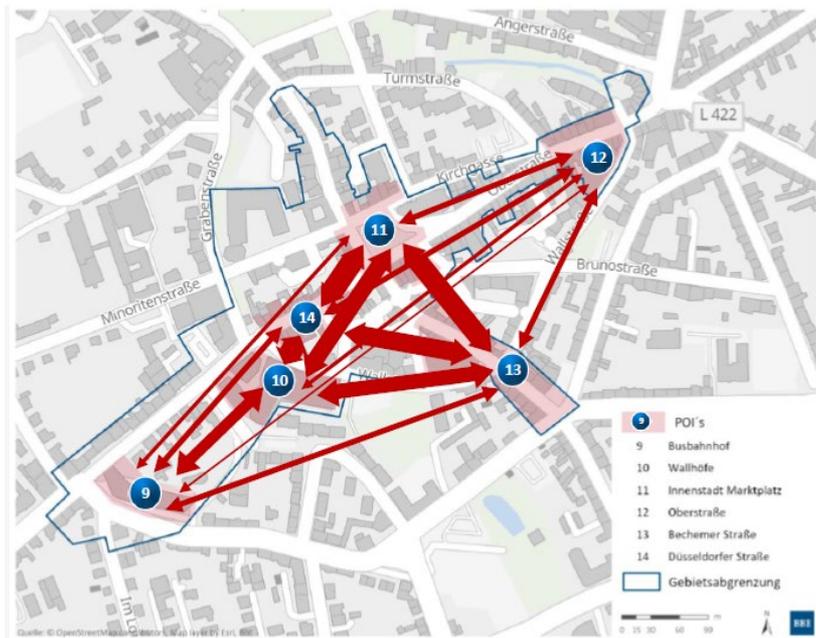


- Werktägliches Verhalten mit erster Besucherspitze zwischen 10-12 Uhr und zweiter in den Nachmittagsstunden.
- Die höchste Besucherzahl gibt es samstagsvormittags. Am Sonntag ist die Besucherzahl am Nachmittag am höchsten und zeigt eine hohe Attraktivität des Gastronomie- und Freizeitangebotes; es kommen knapp zwei Drittel der Besucher eines Werktags.

Wegebeziehungen

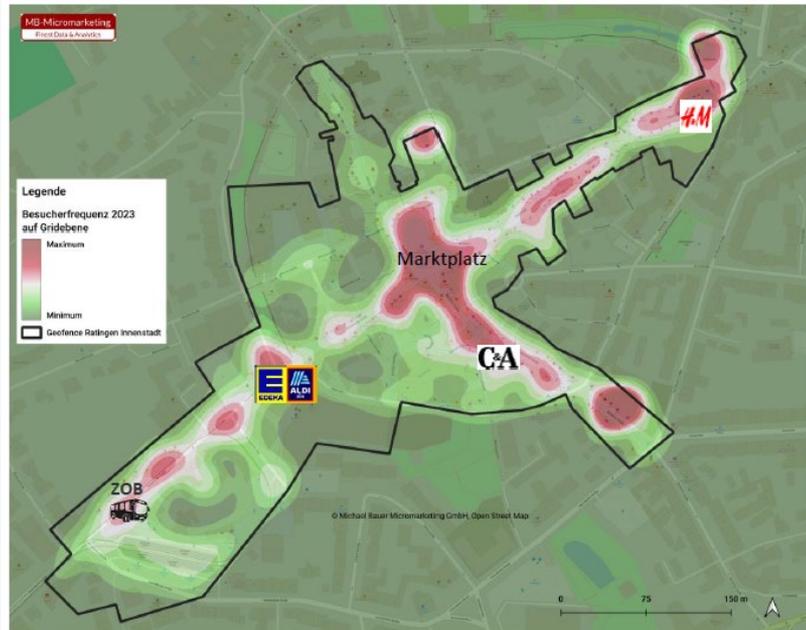
POI's	Busbahnhof	Wallhöfe	Marktplatz	Oberstraße	Bechemer Str.	Düsseldorfer Str.
Busbahnhof	x	50%	14%	9%	22%	26%
Wallhöfe	31%	x	59%	10%	54%	83%
Marktplatz	9%	59%	x	14%	81%	89%
Oberstraße	9%	17%	22%	x	25%	23%
Bechemer Str.	12%	47%	71%	13%	x	70%
Düsseldorfer Str.	14	71%	77%	12%	69%	x

Wegebeziehungen



- Marktplatz mit höchster Frequenz
- geringere Verflechtungen mit Busbahnhof
- östliche Oberstraße nachrangig eingebunden
→ Topographie

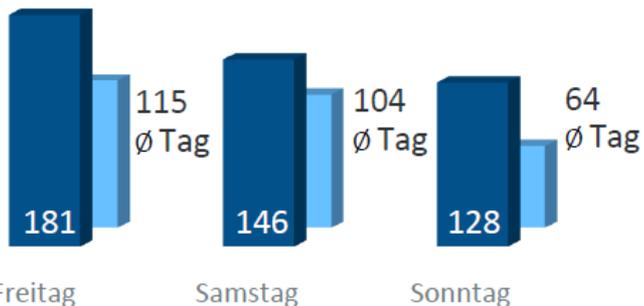
Frequenzverläufe



- Hotspots, neben dem Marktplatz: östliche Oberstraße, Gastronomiebereiche in der östlichen Becherner Straße und am nördlichen Marktplatz, die Wallhöfe und die Düsseldorfer Straße zwischen Wallhöfen und Busbahnhof.
- Dagegen zeigen die Besucherzahlen eine (noch) schwache Ausprägung der Verbindung zwischen Marktplatz und Wallhöfen, die sich mit der Etablierung der Wallhöfe und der Neugestaltung der Düsseldorfer Straße deutlich verstärken dürfte.
- Die Lintorfer Straße und die Wallpassage weisen nur geringe Besucherzahlen auf.

Events – hier Genießerwochenende am 21. Mai 2023

Besucherindex Genießerwochenende



Index von 100 entspricht Durchschnittstag in der Stadt Ratingen (2023)

- Hohe Akzeptanz der Veranstaltung bei den Zielgruppen, die auch sonst den größten Teil der Innenstadtbesucher darstellen. Zusätzlich werden aber auch jüngere Zielgruppen aktiviert.
- Das Event steigert den Besucherindex am Freitag von (normal) 115 auf 181, am Samstag von 104 auf 146 und am Sonntag von 64 auf 128.

Handlungsempfehlungen

- enge Verzahnung der Bereiche, aber u. a. Busbahnhof und Oberstraße wirken abgekoppelt; Lintorfer Straße und Wallpassage haben niedrige Besucherfrequenz
- **Wegeleitsystem/Wegeführung etablieren (Schilder oder Markierungen)**
- **Einbindung der Wallhöfe als wichtige Ergänzung der Innenstadt und Aufwertung der Düsseldorfer Straße als zentrale Achse zur Innenstadt**
- **Gesamtvermarktung der Innenstadt** vorantreiben und **Anreize schaffen**, den „**nächsten Schritt**“ zu gehen, **verschiedene Einkaufsbereiche** zu besuchen

Handlungsempfehlungen

- Kaufkraftstarke Hauptzielgruppe (im Fokus behalten),
Besucherstruktur von Älteren geprägt, 31-40-jährige unterrepräsentiert → Potenzial
- **auch neue Zielgruppen ansprechen** (junge Erwachsene und Familien), z. B. durch nachhaltige, kulturelle und innovative Angebote mit Erlebnisfaktor
- **regionaler Fokus:** neben Ratings auch gezielt nahe Düsseldorfer Stadtteile wie Angermund, Wittlaer, Kaiserswerth ansprechen

Fazit

- Ratingen profitiert von stabilen, kaufkräftigen Zielgruppen, einer attraktiven Innenstadt mit guter Durchmischung von Einzelhandel und Gastronomie, einem breiten regional ausgerichteten Angebot mit hoher Stammkundenbindung, sowie einer hohen Aufenthaltsqualität.
- Mit einer **gezielten Stärkung des Erlebnisfaktors**, einer vernetzenden **Wegeführung** und einer **besseren Nutzung von Leerständen (Einbindung lokaler Akteure)** kann die Innenstadt ihre **Attraktivität weiter steigern**.
- Besonders die **Verbindung zwischen Einzelhandel und Gastronomie** und die **Einbindung der Wallhöfe**, sowie **Revitalisierung der Düsseldorfer Straße als zentrale Achse zur Innenstadt** sind **zentrale Hebel für die künftige Stadtentwicklung**.

Nadia Mohseni

0211 3557-269

nadia.mohseni@duesseldorf.ihk.de