

Informationsveranstaltung am 3. Mai 2016



**Weiterentwicklung
des Großmarktes
Düsseldorf**

Projektgruppe „Zukunft des Großmarktes“



STADT DÜSSELDORF

Büro des Oberbürgermeisters

Amt für Verbraucherschutz

Amt für Wirtschaftsförderung

Stadtplanungsamt

**GROSSMARKT-
GILDE**

**BELIUS
GMBH**

Profile

Andreas Foidl und Frank Willhausen



- Geschäftsführer der Berliner Großmarkt GmbH 2005-2015
 - Neuausrichtung des Berliner Großmarktes
 - Sanierung, Neuansiedlung (ca. 40 Mio. €)
 - Change Management
 - Wiederbelebung der Berliner Markthallen
 - Grundstücksverkäufe
- Vorstandsmitglied GFI 2005-2015
- Seit 2016 Belius GmbH (Projektentwicklung, Raumstrategien)
- Selbständiger Managementberater seit 1999
- GFI Deutsche Frischemärkte e.V., Berlin
 - Gründung deutschsprachiges Netzwerk der Großmärkte und Wochenmärkte 2000
 - Operative Geschäftsführungsaufgaben
- WUWM Weltunion der Großmärkte, Den Haag
 - Mitglied seit 2001 im weltweiten Netzwerk der Großmärkte - 165 Märkte aus 42 Nationen

Kernaussagen der Studie des IFH Köln

STÄRKEN

- Zentrale Lage
- Einzige Handelsplattform für Erzeuger, Großhandel, Einzelhandel, Gastronomie und Großverbraucher
- Stabile Umsatzentwicklung, hohe Distributionsbedeutung
- Frische, Qualität, Vielfalt, Kompetenz
- Hohe Beschaffungsbedeutung für Lebensmittelfachhandel, Markthändler und gehobene Gastronomie
- Kundenbindung durch direkten Kundenkontakt und Fachberatung, marktloyale Anbieter und Kunden

SCHWÄCHEN

- Abnehmende Bedeutung des ungebundenen LEH
- Unattraktive Öffnungszeiten
- Konzentrationsprozesse im Einzelhandel
- Instandhaltungs- und Investitionsstau
- Unattraktives Erscheinungsbild

CHANCEN

- Krisenstabile Nachfrage
- Konkurrenzlos: hochwertige Qualität, Angebotsvielfalt, Frischeprofilierung, täglich wechselnde Marktangebote
- Großmarkt = Regionaler Umschlagsplatz
- Zunehmende Zahl selbst. Supermärkte
- Sortimentsausweitung
- Positionierung: One-Stop-Shopping für den Gewerbetreibenden











RISIKEN

- Marktmacht der Discounter und Supermärkte auch bei regionalen Produkten
- Marktmacht der Gartencenter und Baumärkte im Bereich Blumen und Pflanzen
- Nachhaltige Geringschätzung von Frischeprodukten

Darstellung der Herangehensweise

Bestandsaufnahme	Marktanalyse	Grobkonzept
<p>Schaffung einer belastbaren Datenbasis</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ortsbesichtigungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Infrastruktur ▪ Produktpalette ▪ Kernprozesse ▪ Sichtung von Unterlagen <ul style="list-style-type: none"> – Gutachten/Studien – Beschlüsse und Entscheidungsgrundlagen – Verträge, Marktdaten, NKF-Haushaltsdaten (BGA) ➤ Händlerinterviews <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ermittlung der Bedürfnisse <ul style="list-style-type: none"> – Raum/Flächen – Einrichtungen – Logistik ▪ Investitionsbereitschaft und –potenzial funktionsbezogen auf das vorgeschlagene Betreibermodell und in weitere Beratungen und Leistungen/ Untersuchungen 	<p>Ermittlung des Einzugsbereiches und der Wettbewerbssituation</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kennzahlen zum Einzugsgebiet ➤ Kaufkraft ➤ Konkurrenz ➤ Einkäuferbefragung ➤ Benchmarking Großmärkte <ul style="list-style-type: none"> ▪ National ▪ International ➤ Mögliche Betreibermodelle (wirtschaftlich tragfähig basierend auf der Bestandsaufnahme) 	<p>Erarbeitung eines Raum- und Nutzungsprogramms</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Flächenbedarf ➤ Gebäudestruktur ➤ Händler- und Produktmix ➤ Logistik ➤ Ggf. Wettbewerb <ul style="list-style-type: none"> ▪ Masterplanung ▪ Vorkalkulation ➤ Businessplan <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wirtschaftlichkeit ▪ Energiemanagement ▪ Finanzierungsmodell ▪ Betreibermodell ➤ Option: Vertragsmodell

Zeitplan

	Mai	Jun
BESTANDSAUFNAHME		
Aufnahme Infrastruktur und Produktpalette		
Sichtung von Unterlagen, Aufnahme der Kernprozesse		
Händlerinterviews (Aufnahme, Auswertung)		
Vorstellung der Ergebnisse		
MARKTANALYSE		
Kennzahlen-, Kaufkraft-, Konkurrenzanalyse, Benchmarking		
Einkäuferbefragung inkl. Auswertung		
Entwicklung der Betreibermodelle		
Vorstellung der Ergebnisse		

Unsere nächsten Schritte

AUFNAHME INFRASTRUKTUR UND PRODUKTPALETTE

GROSSMARKTVERWALTUNG

- Sichtung von Unterlagen
- Aufnahme der Kernprozesse

MARKTFIRMENBEFRAGUNG

- **Händlerinterviews: Aufnahme und Auswertung**
 - > **KW 18: Fragebogenverteilung und Terminvereinbarungen**
 - > **KW 19: Interviews !**

EINKÄUFERBEFRAGUNG