

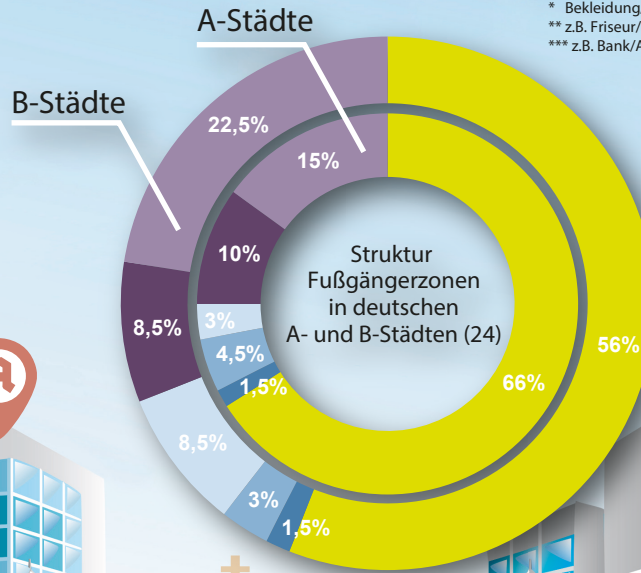
DNA der deutschen Fußgängerzonen

Zwischen latentem Leerstand und zukünftigem Erlebnisraum

CATELLA

Quelle: Catella Research 2020 Beyerle/Kohl, Stand 10/2020, © AlexeyVolynkin, depositphotos.com

- Geschäfte*
- Kaufhaus/Shoppingcenter
- Supermarkt/Drogerie
- Sonstiger EH/Service**
- Dienstleistungen***
- Gastronomie

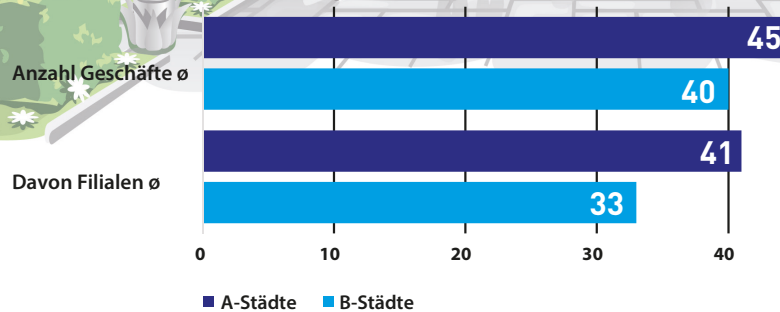


* Bekleidung/Möbel/Kosmetik/Sportartikel/Spielzeug/Elektronik
 ** z.B. Friseur/Apotheke/Reinigung
 *** z.B. Bank/Arzt/Hotel

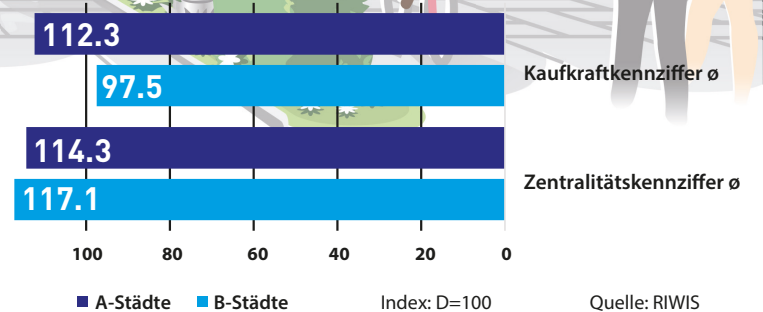
STECKBRIEF FUSSGÄNGERZONEN

- Länge: ø 620 m
- Anzahl Geschäfte: ø 42
- Filialisierungsgrad A>B
- Gastronomieanteil A<B
- Kaufhaus u./o. Shoppingcenter in 70 % aller Städte existent
- Ost-West/Nord-Süd-Achse
- Anteil Fußgängerzonen innerhalb Einkaufsstraßen: A-Städte 50 %, B-Städte 70 %
- Stärkste Frequenz bedingt höchste Einzelhandelsmieten

FILIALISIERUNG IM EINZELHANDEL



KENNZIFFER A- UND B-STÄDTE



Quelle: RIWIS