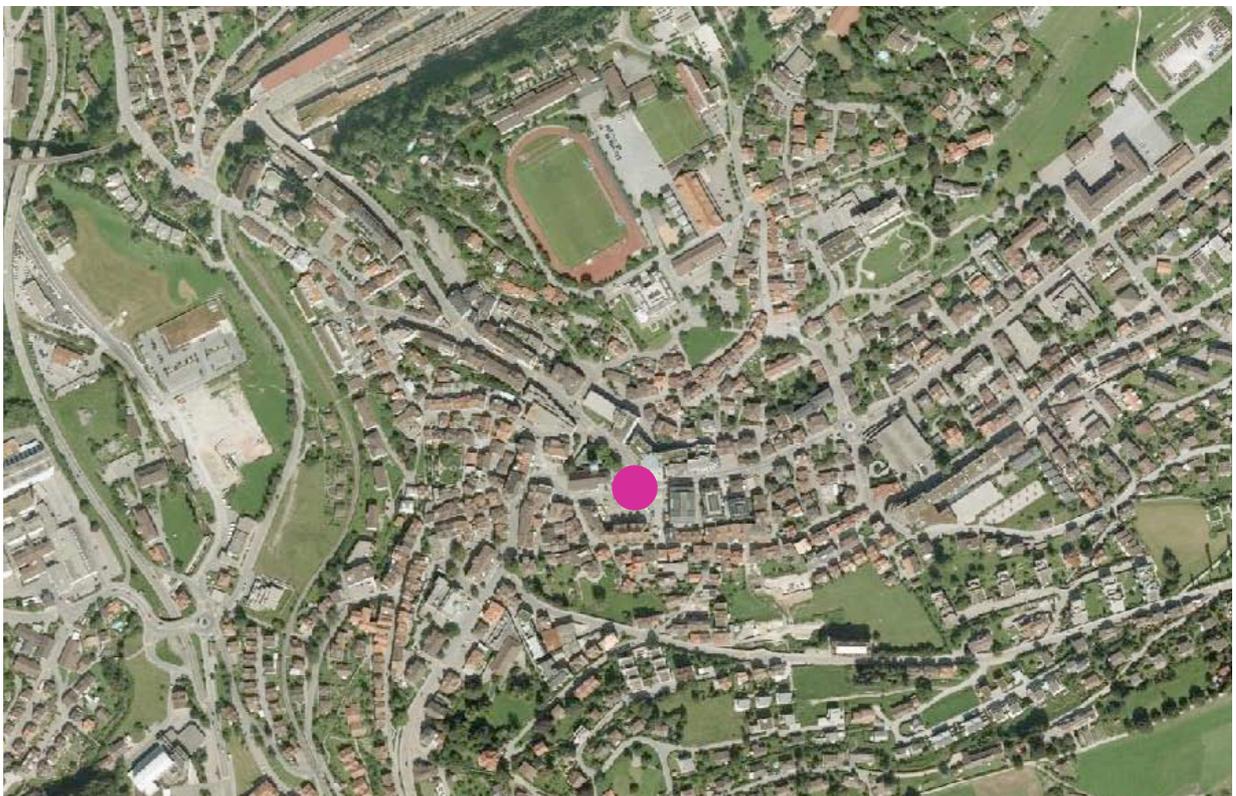


Herisau Ortszentrum

Analyse der Versorgungssituation



Versorgungsanalyse Ortszentrum und
Auswirkungen Migros

Juli 2013

Inhaltsverzeichnis

0 Ausgangslage

1 Definition Perimeter

2 Angebotssituation

3 Konkurrenzsituation und Einzugsgebiet

4 Auswirkungen Migros 2020

5 Potenzial Versorgungsangebot im Ortszentrum

6 Folgerungen und Empfehlungen

7 Anhang

0 Ausgangslage

Fragestellung / Bearbeitungsbereiche

Die Versorgungssituation vom Ortszentrum von Herisau soll aufgezeigt werden. Im Besonderen sollen Aussagen über Stärken und Schwächen des Ortszentrums betreffend dessen Versorgungsleistung, respektive dessen Wettbewerbsfähigkeit gemacht werden. Wichtig dabei sind die Auswirkungen der geplanten Migros-Anlage für den ansässigen Ortszentrumdetailhandel. Im Gutachten Migros-Anlage sind bereits Vorarbeiten enthalten. Diese sind in dieser Arbeit eingespeist.

In dieser Analyse wird das Versorgungspotential für den Detailhandel in vier Perimetern der Gemeinde Herisau erarbeitet. In einem ersten Schritt wird die heutige Angebotssituation erfasst. Dies bildet die Grundlage für Gegenüberstellungen von Verkaufsflächen, Umsätzen und Kundenfrequenz sowie Überlegungen zur Kaufkraft des Zentrums, zur Konkurrenzsituation und zum Einzugsgebiet.

Interessenslage Kanton

Der Kanton Appenzell Ausserrhoden will den langfristigen Bevölkerungsrückgang brechen und wieder eine grössere Bevölkerungszahl erreichen. Die Entwicklung von Herisau, das knapp 30% der Kantonsbevölkerung stellt, beeinflusst den Zielerreichungsgrad im hohen Masse. Soll Herisau eine wachstumstreibende Rolle bezüglich der Bevölkerungsentwicklung übernehmen können, muss sich die Qualität als Wohnstandort deutlich erhöhen. Zudem muss sich der Dienstleistungssektor stark verbessern. Ein wichtiger Faktor dabei ist ein bezüglich Detailhandelsversorgung leistungsfähiger, optimal ausgestatteter Ortszentrum.

Für den Kanton Appenzell Ausserrhoden sowie für den Kantonshauptort hat eine gute Versorgungsleistung in Herisau einen sehr hohen Stellenwert. Die Wohnattraktivität in Herisau und dem Hinterland sowie Herisau als Ort der Zugehörigkeit werden gestärkt. Herisau erhält zusätzliche, dringend notwendige Arbeitsplätze im Dienstleistungssektor. Wichtig dabei ist der Umstand, dass insbesondere frauengeeignete Stellen, teils auch temporärer Natur, an deren Wohnort geschaffen werden. Sollten neue Versorgungsleistungen im Ortszentrum von Herisau geschaffen werden, mindert dies die Automobilität und fördert die inhaberbetriebenen Geschäfte.

Mit dem primären Einzugsgebiet Herisau und dem sekundären, detailhandelsrelevanten Einzugsgebiet, das die Gemeinden Stein, Hundwil, Waldstatt, Schönengrund, Schwellbrunn und Urnäsch umfasst, verfügt Herisau über kein weiteres Einzugsgebiet und somit über ein eingeschränktes Versorgungsgebiet, das lediglich 23'562 Einwohner umfasst.

1 Definition Perimeter

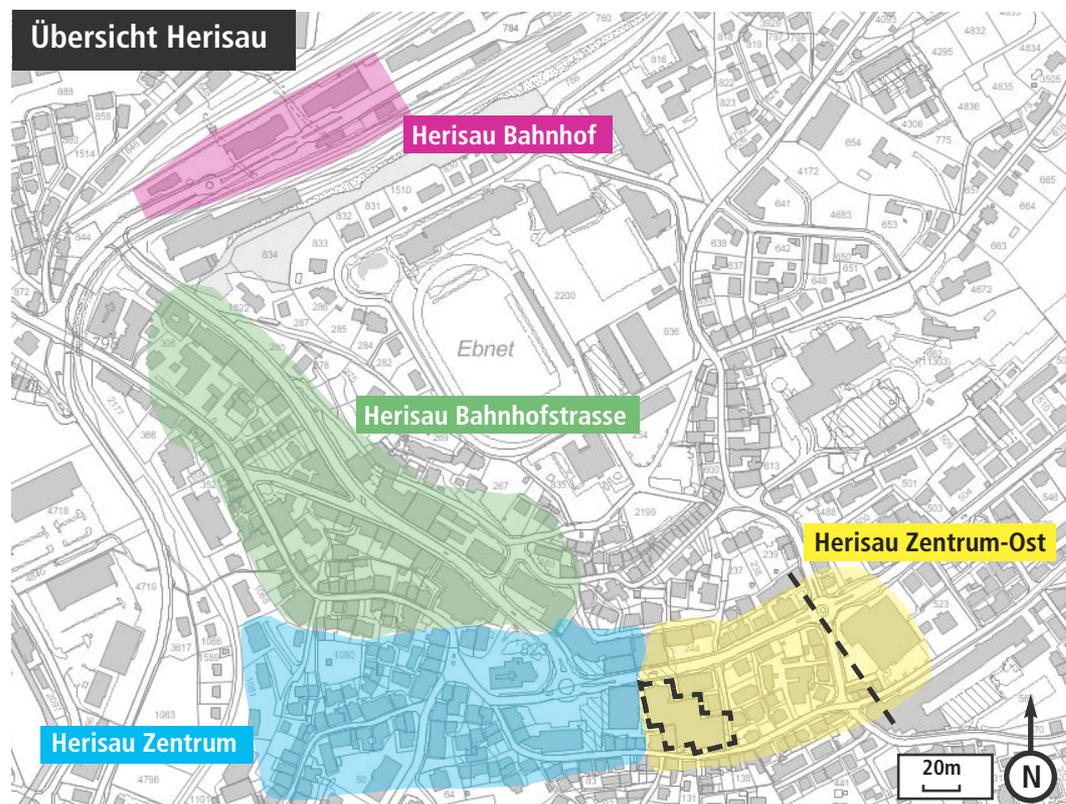
Definition Perimeter

Herisau Bahnhof: Der Perimeter «Herisau Bahnhof» erstreckt sich über das gesamte Bahnhofsareal, nördlich der Ebnetstrasse.

Herisau Bahnhofstrasse: Das Gebiet des Perimeters «Herisau Bahnhofstrasse» umfasst das detailhandelsrelevante Areal südlich des Bahnhofs. Der Perimeter umschliesst Teile der Gossauerstrasse, Bahnhofstrasse sowie Alte Bahnhofstrasse und Wiesenthal. Die nördliche Grenze markiert die Abzweigung des Zeughausweges abgehend von der Bahnhofstrasse. Im Osten liegt die Grenze am Sportplatz an der Ebnetstrasse, im Westen markieren die Gleise die Perimetergrenze.

Herisau Zentrum: Das Gebiet «Herisau Zentrum» erstreckt sich rings um den Platz sowie den Obstmarkt. Die westliche Grenze wird durch die Schmiedgasse, die östliche Grenze durch das Gutenberg-Shopping Center bestimmt. Der Perimeter schliesst sowohl Teile der Poststrasse ein, als auch Teile der Kasernenstrasse und Oberdorfstrasse.

Herisau Zentrum-Ost: Der Perimeter «Herisau Zentrum-Ost» schliesst sich direkt im Osten an das Gebiet «Herisau Zentrum» an. Dieser führt die Kasernenstrasse als auch die Oberdorfstrasse in Richtung Osten weiter. Östlichster Punkt ist das Gebäude der «Migros».



2 Angebotssituation

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden die zentrumsrelevanten Geschäfte (Stand Juli 2013) aufgenommen und nach Branchen sowie Verkaufstyp untergliedert. Die dabei berücksichtigten Gebiete sind die in Kapitel 1 vorgestellten Perimeter Herisau Bahnhof, Herisau Bahnhofstrasse, Herisau Zentrum und Herisau Zentrum-Ost.

Erhebungsmethode

Verkaufsflächen wurden von intosens ag durch Feldaufnahmen erhoben und interpretiert. Umsatz und Kundenfrequenz sind aufgrund des Datenpools der Inter Urban AG geschätzt.

Begriffserklärung

Food (Lebensmittel)

Zum Bereich Food zählen Bäckereien, Metzgereien, Molkereien, Lebensmittelgeschäfte sowie die Lebensmittelabteilungen der Supermärkte und Lebensmitteldiscounter.

Gesundheit/Schönheit

Unter diesen Begriff fallen Angebote aus dem Gesundheits- und Kosmetikwesen wie beispielsweise Apotheken, Geschäfte mit Reha-Bedarf, Drogerien, Parfümerien, Optiker und Akustiker.

Mode/Bekleidung

In die Kategorie der Mode fallen Bekleidungs- Freizeit- und Sportmodegeschäfte als auch Schuhgeschäfte und Lederwaren.

Allgemeiner Detailhandel

Dem allgemeinen Detailhandel sind jene Geschäfte zuzuordnen, die weder Food, Mode oder Produkte aus dem Bereich Gesundheit/Schönheit anbieten. Demnach fallen etwa Buchhandlungen, Papeterien, Schmuck, Souvenirladen, Blumenladen, Spielwaren, Geschäfte mit Elektronikartikeln, Haushalt und Blumen in diese Kategorie.

Gastronomie

Zu der Kategorie der Gastronomie gehören Restaurants, Gasthäuser, Cafés, Bars, Bistros sowie Kneipen und Imbissläden. In nachfolgenden Grafiken werden die Innenplätze mit „IP“, die Aussenplätze mit „AP“ abgekürzt.

Publikumsorientierte Dienstleistungen

Dienstleistungsangebote sind nicht Gegenstand dieser Analyse. Dennoch werden die wichtigsten Dienstleistungsangebote aus diesem Segment aufgenommen. Darunter zählen unter anderem Reisen, Coiffeure, Schneidereien und Reinigungen. Der Anspruch auf Vollständigkeit ist allerdings nicht gegeben.

Ortszentrumrelevante Sortimente

Sämtliche Sortimentsbereiche, ausgenommen grosse Teile im Do-It und alle Möbelgeschäfte.

Migros 2020

Jegliche Anaben zu Migros 2020 gehen davon aus, dass die geplante Migros-Anlage zu diesem Zeitpunkt realisiert und eröffnet ist.

Durchschnittliche Geschäftsgrössen

Anzahl Geschäfte dividiert durch die gesamte Verkaufsfläche. Nicht berücksichtigt sind dabei die grössten Anbieter: Migros, Coop, Denner, Schuhe Vögele, und Grob.

Frequenz:

Jährliche Anzahl Kunden mit Zahlungsabschluss

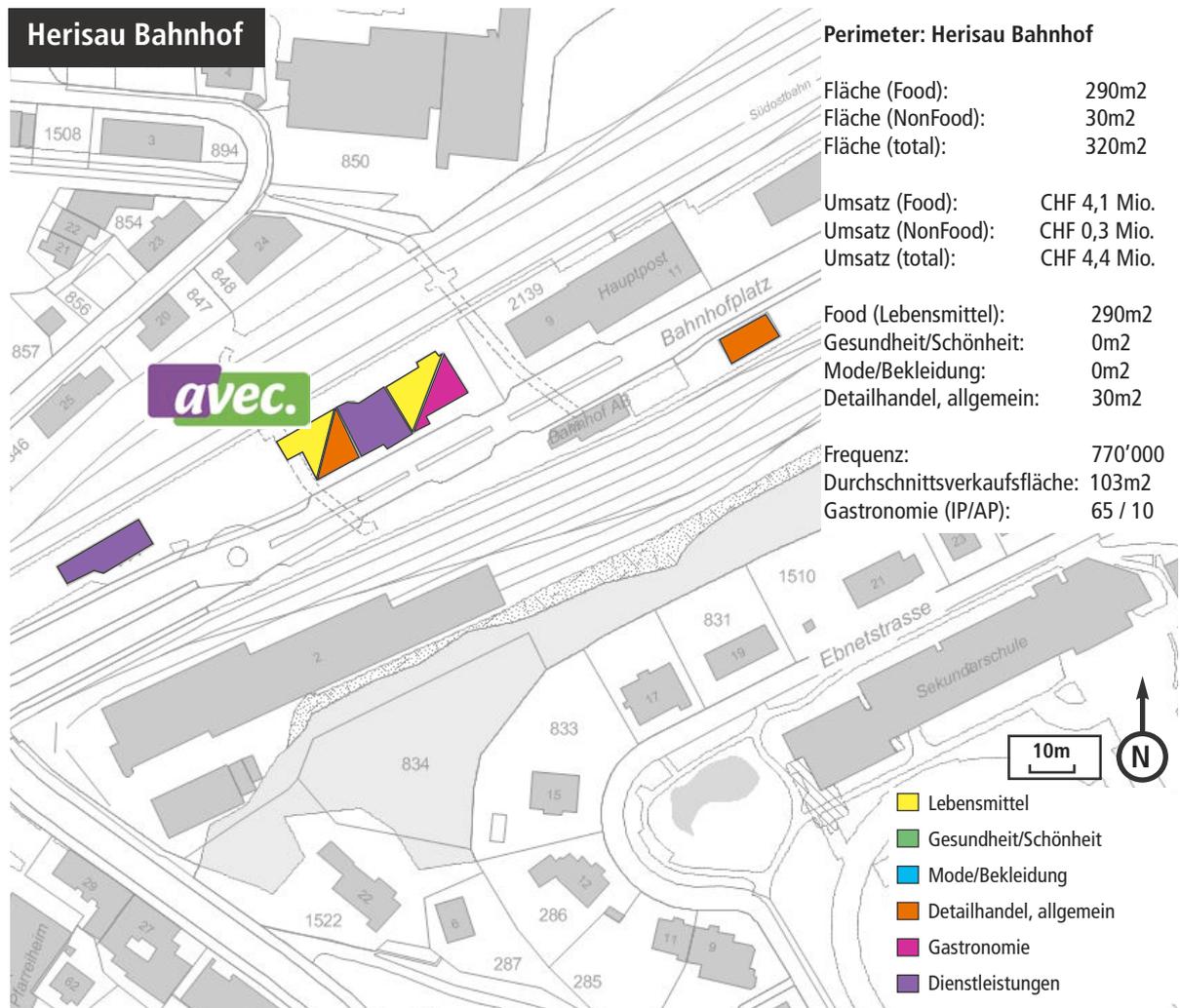
Herisau Bahnhof

Detailhandel

Mit einem Kiosk und dem Bahnhofladen „avec“ hat der Bahnhof Herisau ein Transit- und Bequemlichkeitsangebot. Am Bahnhofplatz wird dieses Angebot mit einer Bäckerei ergänzt, zu dieser noch ein Café gehört.

Ausrichtung

Typisches Bahnhof- und Bequemlichkeitsangebot mit Ausrichtung auf die ÖV-Benutzer und Sonntagsöffnung. Das Bahnhofgebiet ist nicht an den Ortszentrum angebunden, tangiert diesen nicht und wird in den folgenden Statistiken nur teilweise berücksichtigt



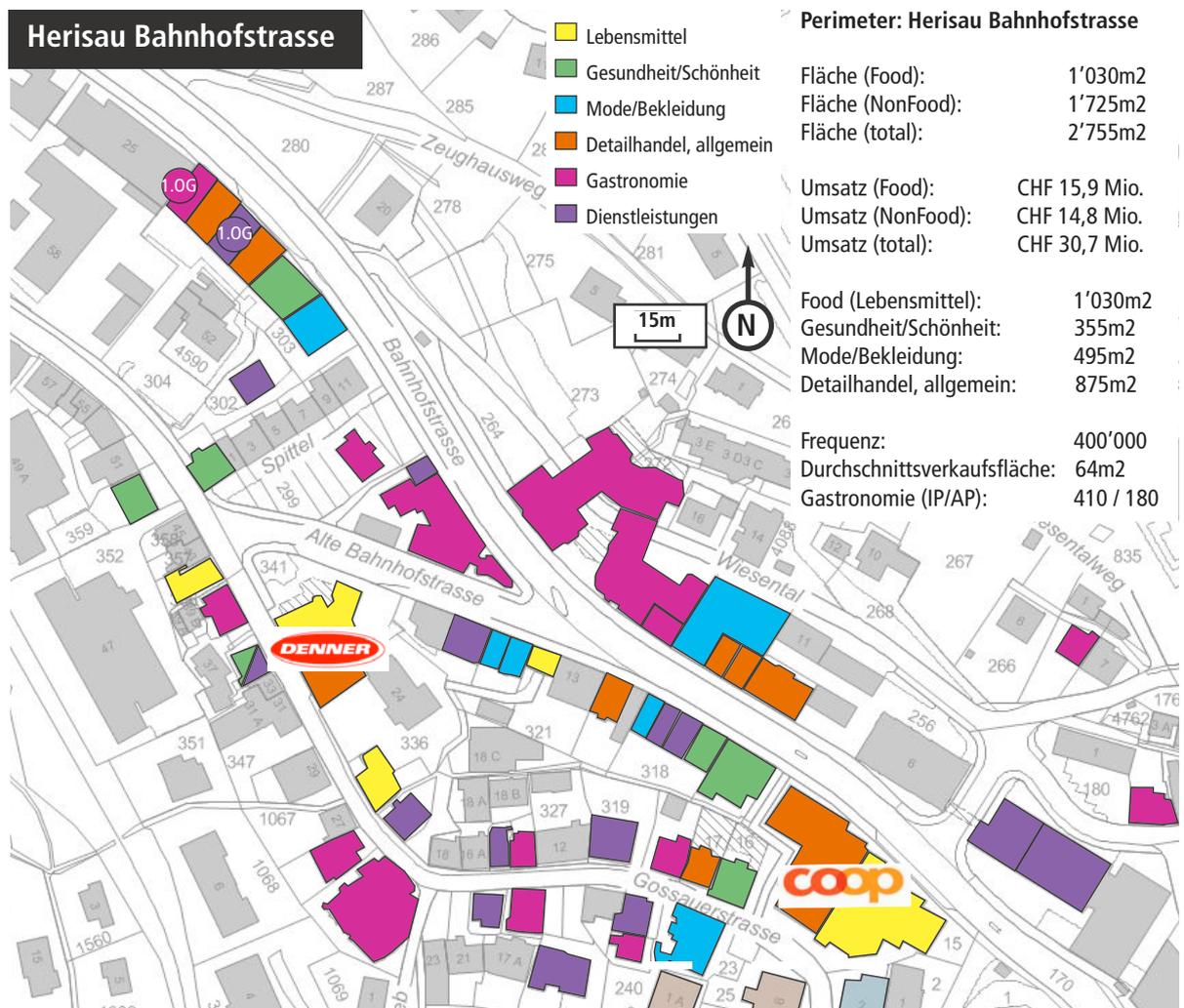
Herisau Bahnhofstrasse

Detailhandel

Dieses Gebiet zeichnet sich dadurch aus, dass sich Food und Non Food, gemessen am Umsatz, in etwa ausgleichen. Dazu tragen im Besonderen Coop und Denner bei. Die Geschäftslagen sind nicht vernetzt. Die Topographie verhindert eine ganzheitliche Wahrnehmung. Die Geschäftsdichte ist im gesamten Gebiet höchst bescheiden. Auch die Marktkraft des Coop als Hauptanbieter in diesem Gebiet ist aufgrund dessen gering. Innerhalb diesem Bereich ist die Gastronomiedichte am höchsten.

Ausrichtung

Dieses Gebiet wird in seiner Gesamtheit nicht wahrgenommen. Der Angebotsmix ist heterogen. Einen bescheidenen Schwerpunkt bildet der Bereich Gesundheit / Schönheit.



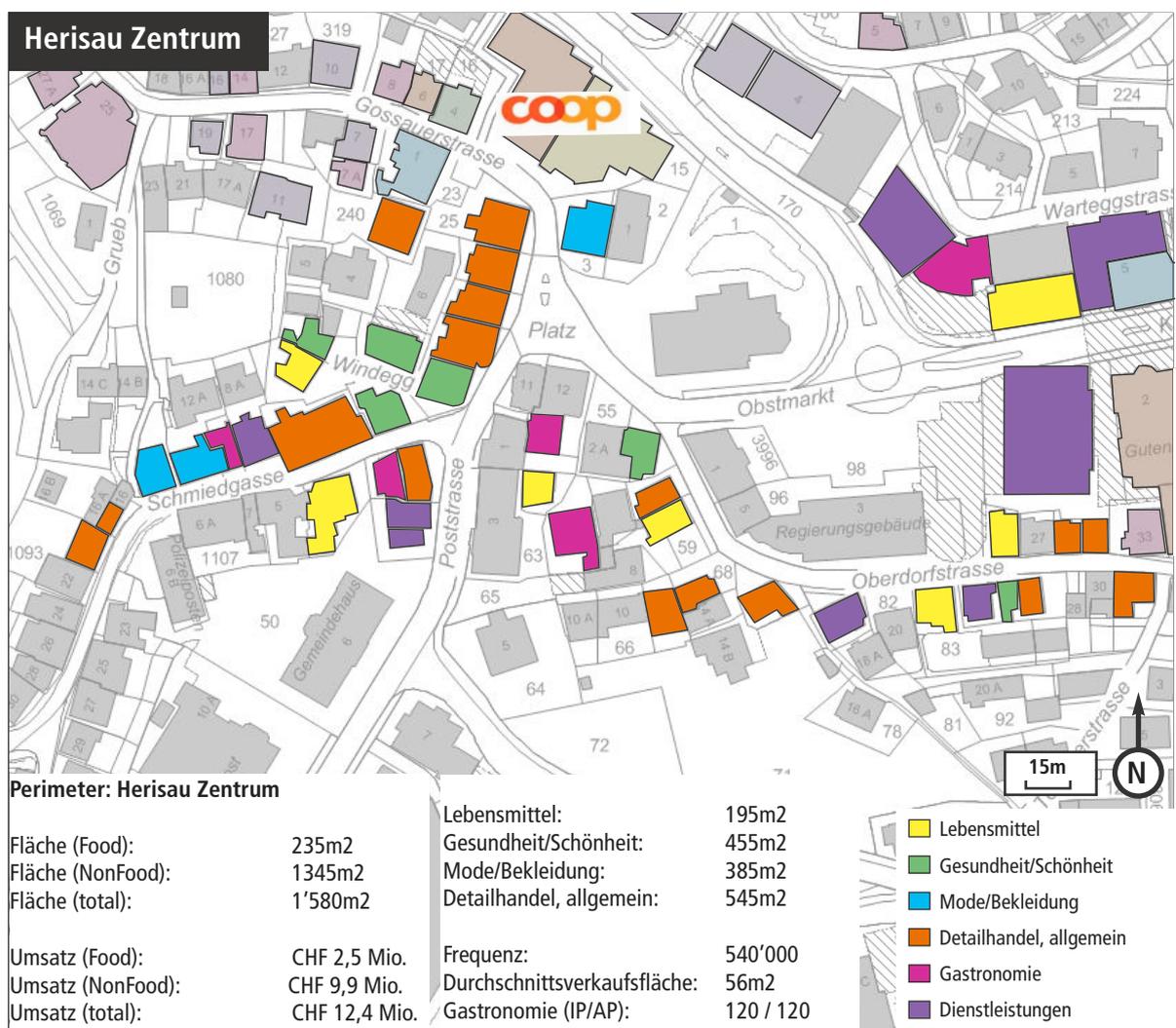
Herisau Zentrum

Detailhandel

Dieses Gebiet weist eine sehr geringe Verkaufsfläche im Bereich Food auf. Weil diese von Fachgeschäften bestritten wird, ist deren Bedeutung gestärkt. Gesamthaft hat dieses Gebiet den Angebotsschwerpunkt im Non Food. Innerhalb diesem hat der Bereich Gesundheit etwas Überhang. Die Anbieter weisen zu Teilen eine Strassensicht auf, zu Teilen sind diese diskret platziert.

Ausrichtung

Das Gebiet Herisau Zentrum ist zusammenhangslos, weist unterschiedlichste Standortcharakteristik der Anbieter auf. Gesundheit ist zwar die wichtigste Branche aber ohne über eine hohe Anziehung zu verfügen.



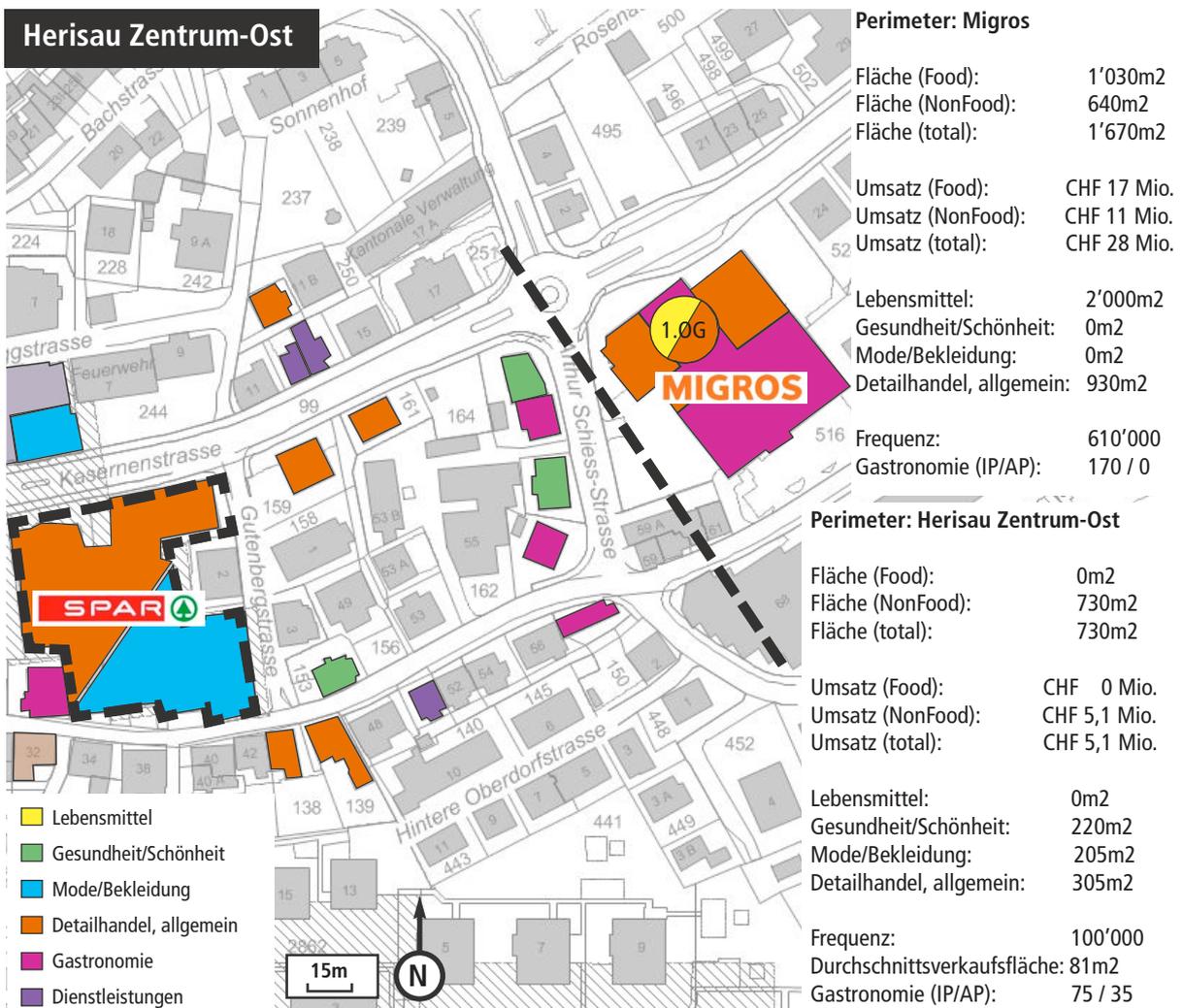
Herisau Zentrum-Ost

Detailhandel

Dieser Teil des Ortszentrums ist geprägt durch das Gutenberg-Center. Dieses verkörpert eine Charakteristik, die in jeder Agglomerationsgemeinde vorkommen kann. Der Mietermix ist heterogen. Dementsprechend fehlt eine Stimmigkeit. Die Anbindung ist primär mit dem Anlagehaupteingang an die Kasernenstrasse gewählt, der sekundäre Eingang befindet sich an der Oberdorfstrasse.

Migros

Die Migros-Anlage gleicht einem Kleinverbrauchermarkt. Ohne Zweifel ist dessen Ersatz eine Notwendigkeit.



Perimeter: Gutenberg-Center

Fläche (Food): 465m²
 Fläche (NonFood): 1'515m²
 Fläche (total): 1'980m²

Umsatz (Food): CHF 5,4 Mio.
 Umsatz (NonFood): CHF 12,15 Mio.
 Umsatz (total): CHF 17,55 Mio.

Lebensmittel: 465m²
 Gesundheit/Schönheit: 0m²
 Mode/Bekleidung: 970m²
 Detailhandel, allgemein: 545m²

Frequenz: 440'000
 Durchschnittsverkaufsfläche: 165m²
 Gastronomie (IP/AP): 50 / 30

OBERDORFSTRASSE

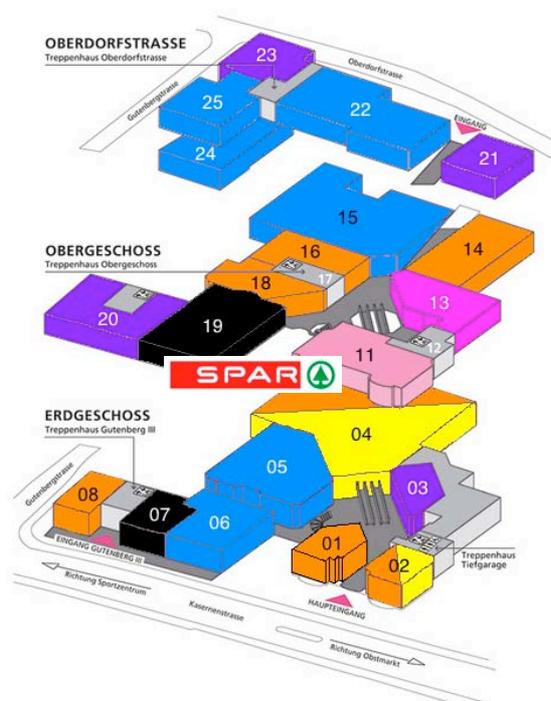
21 SB-Sonnenstudio
 22 Huber Mode
 23 Kern Textilreinigung
 24 Stop Price
 25 Mode

OBERGESCHOSS

11 AHV und IV-Stelle AR
 12 Kantonale Steuerverwaltung AR
 Oberforstamt AR
 13 Restaurant La Forchetta
 14 Franken Shop
 15 Vögele Shoes
 16 TELYPS
 17 ARO-Knechtle AG
 18 Ex Libris
 19 Ladenfläche
 20 SWICA

ERDGESCHOSS

01 CHRIST Uhren & Schmuck
 02 k kiosk
 03 GIDOR Coiffure
 04 SPAR
 05 Chicorée
 06 Tom Tailor
 07 Ladenfläche
 08 l'angolo



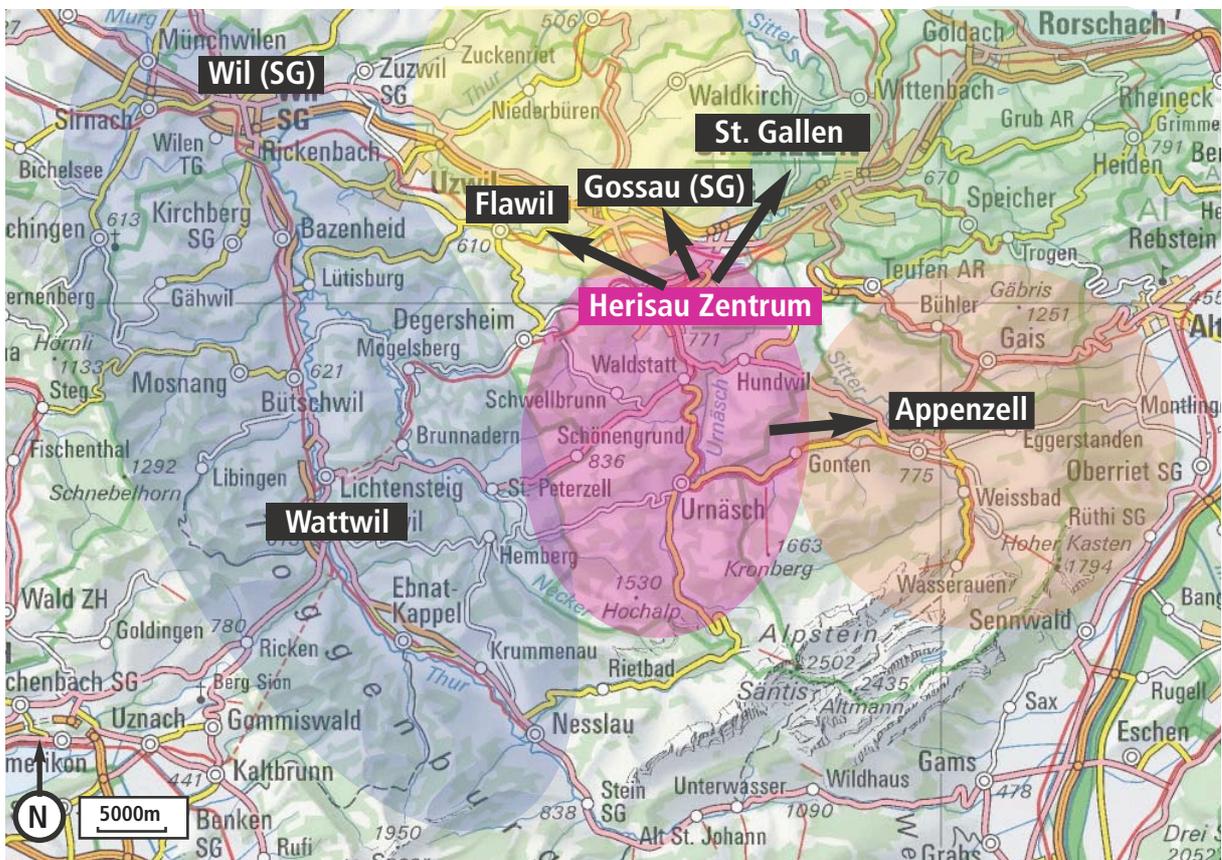
3 Konkurrenzsituation und Einzugsgebiet

Konkurrenzsituation

Der Ortszentrum von Herisau steht in seiner Gesamtheit in Konkurrenz zum relevanten Umfeld. Dieses weist zu 180 Grad zum Hinterland, das kein für Herisau in Konkurrenz stehendes Angebot aufweist.

Die zweiten 180 Grad bilden das Gebiet von Gossau, Winkeln/Abtwil bis Lerchenfeld bei St. Gallen. Dieses Gebiet hat sich seit den Neunzigerjahren rasant entwickelt. Gossau weist eine Verkaufsfläche von etwa 30'000m² auf. Davon hat Migros 3'700m², Coop Supermarkt 2'000m² und einen ansprechenden Coop Do-It. Der Anteil des erst kürzlich in Betrieb genommenen Gebiets Moosburg mit Aldi und weiteren Anbietern umfasst knapp 3'000m².

Eine enorme Entwicklung hat das Gebiet Abtwil/Winkeln erfahren. 1986 wurde in Abtwil mit dem Sântispark ein damals innovatives Angebotsformat mit Einkauf und Freizeit eröffnet. Die Verkaufsfläche beträgt rund 6'500m². Dann folgte das Gebiet zwischen Abtwil und Winkeln. Das ist ein Standort mit ausschliesslich Fachmarktformaten. Dies betrifft Fly, Lumimarkt, Interio, Micasa und Conforama mit dem Angebotsschwerpunkt Möbel/Haushalt, Athletikum mit Sport, Office World mit Bürogebrauchsartikeln und Obi mit Do-It.



Gesamthaft weisen diese Fachmarktanbieter eine Verkaufsfläche von ca. 47'000m² auf. 1992 kam das Lerchenfeld mit 13'500m² dazu.

Bereits 1999 eröffnete mit dem West-Center der nächste Einkaufsschwerpunkt innerhalb dieses Gebietes: In Winkeln, vor den Toren zu Herisau, eröffnete das West-Center mit rund 12'800m² Verkaufsfläche.

Als letztes folgte die Shopping-Arena im 2008 mit rund 30'000m² Verkaufsfläche. Einen bedeutenden Anteil davon bestreitet Ikea, mit einem Angebot, das in grossen Teilen nicht ortszentrumrelevant ist. Allein aber die Tatsache, dass der Anteil an Mode 25 Anbieter umfasst, zeigt, wie gewichtig Herisau diese Konkurrenz zu spüren hat.

Gesamt weist das Gebiet Abtwil/Winkeln eine Verkaufsfläche von 110'000m² auf (ohne Lerchenfeld). Dominant sind die Angebotsbereiche Möbel, Haushalt, Sport, Do-it und Mode.

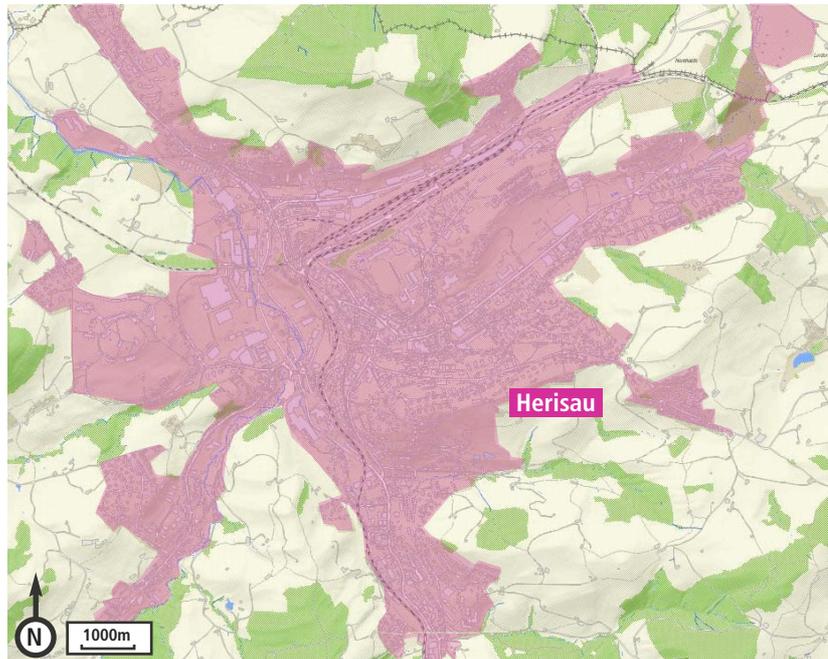
Einzugsgebiet

Das Versorgungsgebiet der Gemeinde Herisau beschränkt sich, bedingt durch die Randlage im Kanton und die Nähe zu der Gemeinde Gossau und der Stadt St. Gallen, fast ausschliesslich auf die Gemeinden südlich von Herisau. Da die kleineren Gemeinden südlich von Herisau, wie Schwellenbrunn, Schönengrund, Waldstatt oder Stein, nur über ein sehr geringes oder kein Einkaufsangebot verfügen, sind diese Gemeinden auf die Versorgung durch die Gemeinde Herisau angewiesen.

Das detailhandelsrelevante Einzugsgebiet umfasst 23'562 Bewohner. Dieses stellt sich wie folgt zusammen:

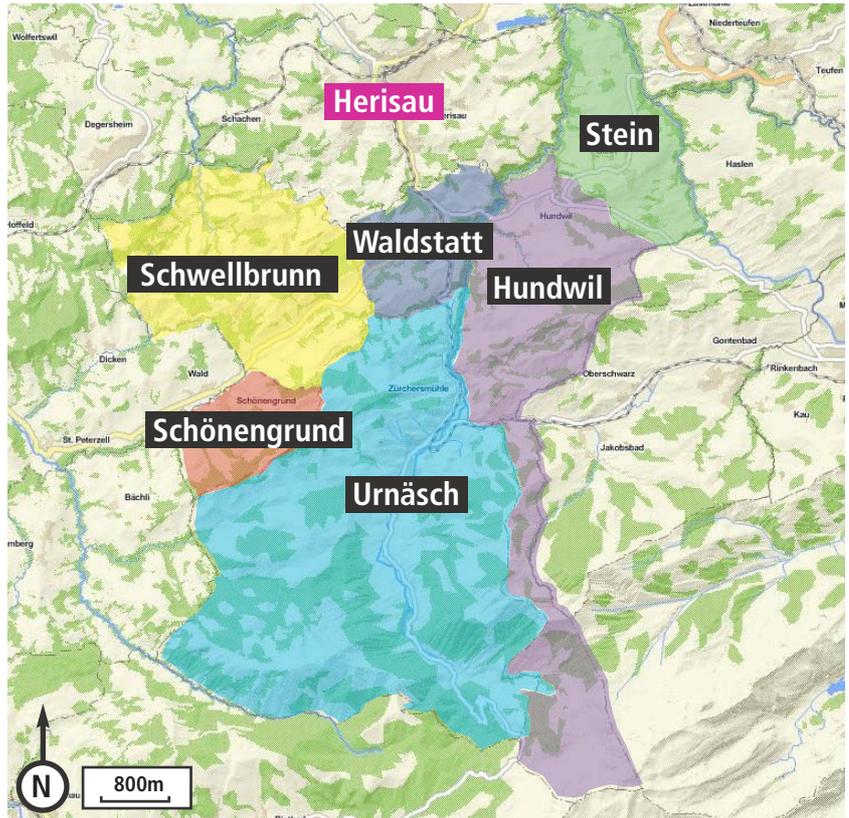
<i>Zone A - Herisau</i>	<i>15'174 (64%)</i>
<i>Zone B - Gemeinden des Kantons Appenzell-Ausserrhodan</i>	<i>8'388 (36%)</i>
• Stein	1'371
• Hundwil	975
• Waldstatt	1'789
• Urnäsch	2'270
• Schönengrund	508
• Schwellbrunn	1'475
<hr/>	
TOTAL Einwohner (31.12.2011)	23'562 (100%)

Es wird deutlich, dass die 6 Gemeinden zusammen nur gut die Hälfte an Einwohnern zählen wie die Gemeinde Herisau. Somit liegt die Kaufkraft mit etwa CHF 92.2 Mio. auch deutlich unter dem Wert der Gemeinde Herisau (CHF 167 Mio.).



Zone A - Herisau

Die Zone A (magentafarbiges Gebiet) repräsentiert das Zentrum von Herisau mit den aussenliegenden Wohngebiete mit insgesamt 15'174 Einwohner. Dabei handelt es sich um jenes Gebiet, das aufgrund der Lage und Anbindung auf das Versorgungsangebot im Zentrum Herisau ausgerichtet ist, bzw. für die das Versorgungsangebot von Herisau von hoher Bedeutung ist.



Zone B - Gemeinden des Kantons Appenzel-Ausserrhoden

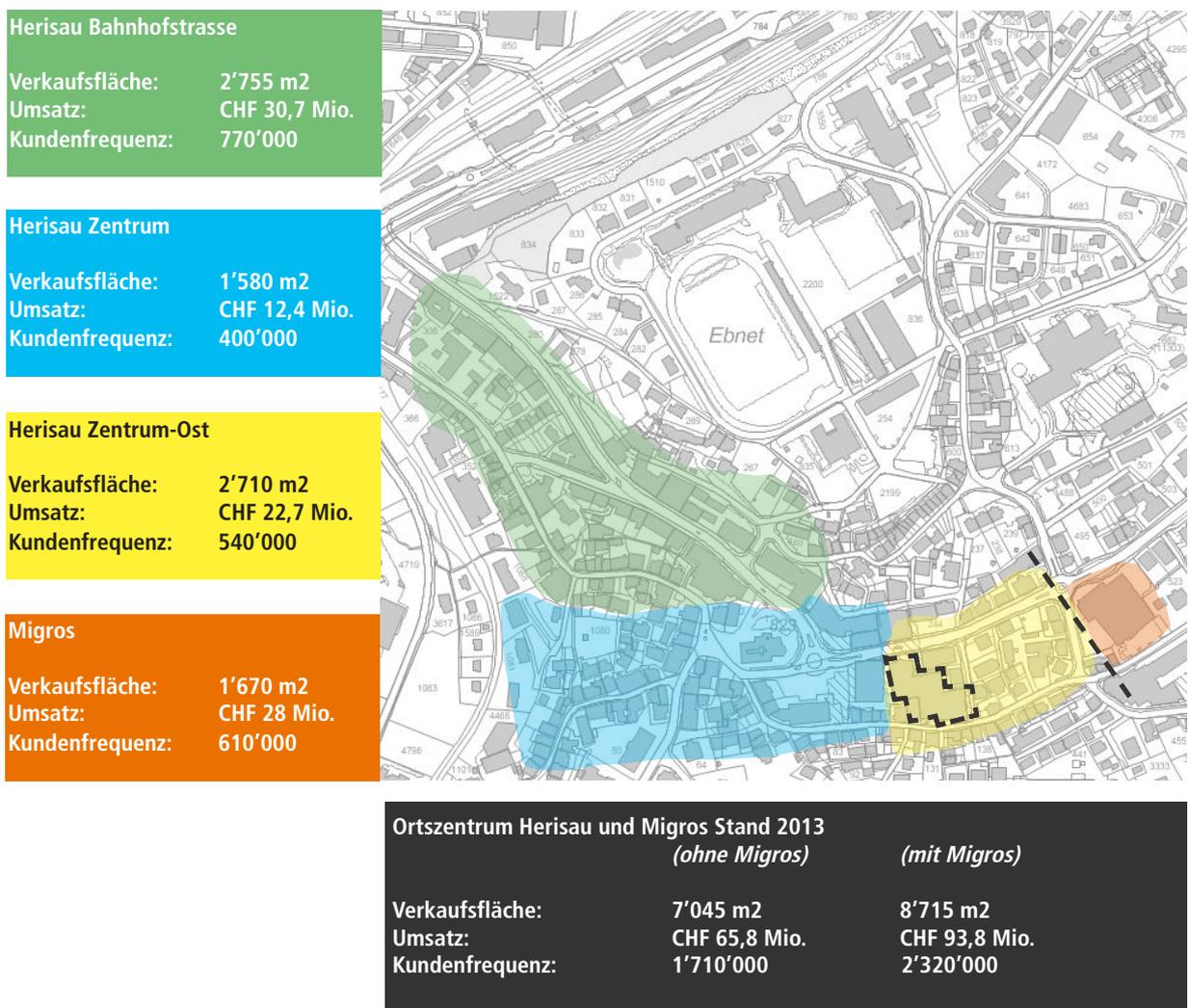
Es handelt sich um das Einzugsgebiet, das theoretisch abgeschöpft werden kann. Dazu zählen die Gemeinden, die selbst nur ein geringes oder kein Versorgungsangebot zur Verfügung stehen haben und somit auf die Versorgung durch die Gemeinde Herisau angewiesen sind. Somit hat die Gemeinde Herisau als Versorgungszentrum eine besondere Stellung in der Region und damit auch eine besondere Bedeutung. Diese Gemeinden, die auf die Versorgung der Gemeinde Herisau angewiesen sind, zählen eine Bevölkerung von 8'388 Einwohnern.

4 Auswirkungen Migros 2020

Migros 2013

Die heutige Migrosanlage umfasst einen Supermarkt mit Kiosk und Blumen mit einer Verkaufsfläche von 1'360m², einen Do-it mit 147m² und einen M-Electronics mit 163 m². Die gesamte Verkaufsfläche beträgt rund 1670m², damit wird ein jährlicher Umsatz von rund CHF 28 Mio erzielt. Die Anlage verfügt über eine grosszügige M-Gastronomie und ein Bequemparking mit Gratisparkierung.

Diese Anlage kann keinen Akzent mehr setzen, weder quantitativ und schon gar nicht qualitativ.



Ortszentrum Herisau und Migros 2020

Die geplante Verlagerung und Vergrösserung des Migros wird voraussichtlich im Jahr 2020 realisiert. Die neue Migros-Anlage soll neu eine Verkaufsfläche von 5'850m² aufweisen. Prognostizierter Gesamtumsatz beläuft sich im Jahr 2020 auf rund CHF 60 Mio., bei dem das Food-Segment CHF 31 Mio. und das NonFood-Segment CHF 29 Mio. erreichen wird. Die heute bestehende und nach dem Neubau eliminierte Anlage weist eine Verkaufsfläche von 1'670m² auf und einen geschätzten Umsatz von rund CHF 28 Mio. Das Mehr an Verkaufsfläche beträgt 4'180 m², der Mehrumsatz CHF 32 Mio. Für das ortszentrumrelevante Detailhandelsangebot betragen die Konsumausgaben der Haushalte von Herisau und dessen Einzugsgebiet knapp CHF 260 Mio. Das Kundensegment erweitert sich noch um die in Herisau Arbeitenden, sowie die Besucher, die ausserhalb des Einzugsgebietes wohnen. Somit liegt das Potential bei etwa CHF 298 Mio. Setzt man diesem den erwarteten Umsatz der neuen Migros-Anlage von CHF 60 Mio. gegenüber, entspricht dies einer Marktaberschöpfung von 20%.

Marktstellung Migros:

In Herisau, mit knapp 15'200 Einwohnern, beträgt die geplante Verkaufsfläche vom Migros Supermarkt rund 2'500m².

In Gossau, mit rund 17'800 Einwohnern, weist Migros eine Verkaufsfläche von 3'700m² auf (3'200m² an der St. Gallerstrasse und 500m² im Stadtbühl). Gossau hat zudem einen Coop Supermarkt mit über 2'000 m² und einen ansprechenden Do-it im Ortszentrum.

In Flawil, Gemeinde mit 10'000 Einwohnern, hat der Migros eine Verkaufsfläche von rund 2'300m².

Der zukünftige Migros in Herisau ist gemessen an der Grösse der Migrosfilialen Gossau und Flawil sowie an vergleichbaren Orten auch mit dem neuen Angebot keinesfalls übervertreten. Allerdings hat die Migros damit im Ortszentrum von Herisau im Vergleich zu den grössten Anbietern neu eine marktdominante Stellung. Coop weist lediglich eine Verkaufsfläche von ca. 1'000m² auf, Landi ist mit ca. 1'300m²

grösser, dessen Angebot aber nicht ortszentrumrelevant. Zieht man die neuen Anbieter Aldi und Lidl mit ein, weisen diese mit einem Lebensmittelanteil von ca. 1'500m² eine mit dem geplanten Migros Supermarkt vergleichbare Grösse auf. Zudem bildet dessen Standortgebiet keinerlei Synergien zum Ortszentrum und ist vollkommen autoabhängig.

Abhängigkeit der Anbieter:

Eher kritisch wirkt sich der Umstand aus, wenn die Migros, respektive deren Immobiliengefäss, die Rolle als Vermieterin für die Partnergeschäfte einnimmt. Damit hat die Migros Kenntnis über die Leistungsdaten ihrer Mieter und kann die Mietkonditionen zu ihrem Nutzen gestalten. Filialisten können mit dieser Situation besser umgehen als inhabergeführte Geschäfte.

Konkurrenzfähigkeit:

Die Migros-Anlage setzt eine einkaufsdominante Anlage am Rande des Ortszentrums von Herisau. Diese steht auch in Konkurrenz zu den im Ortszentrum angesiedelten Betrieben. Würde die neue Migros-Anlage nicht realisiert werden, käme das einem Strukturschutz für heute ansässige Betriebe gleich. Damit wäre aber die Konkurrenzfähigkeit des Ortszentrums in keinem Masse gegeben. Die Verkaufsanlagen im Raum Gossau, Abtwil, Winkeln bis Lerchenfeld absorbieren die Branchen Mode, Outdoor, Sport, Haushalt, Do-It und Möbel in sehr ausgeprägter Form. Innerhalb dieser Bereiche vermag Herisau lediglich noch Nischen zu besetzen. Ist Herisau auch in den Bereichen der Alltagsgüter (Lebensmittel, Gesundheit/Schönheit, Haushaltgebrauchsartikel uvm.) nicht attraktiv genug, geht auch die Alltagsfrequenz verloren. Somit wird Herisau als Versorgungsstandort unbedeutend.

Chancen und Risiken:

Die heutige Situation zeigt hohe Risikoindikatoren: Keines der drei Gebiete im Ortszentrum hat einen Angebotsschwerpunkt, ein Themenangebot, das zwischen verschiedenen Anbietern Synergien bringt. Keines der Gebiete verfügt über eine Aussenqualität, die zum Verweilen einlädt oder Qualitäten als Zirkulationsachse aufweist. Die Nutzungsdichte und damit die Interaktionen fehlen, die Verbindungswege sind aus Sicht der Wahrnehmung unattraktiv. Es fehlen nahezu alle ortszentrumrelevanten Branchen wie Bekleidung, Sportgeräte/Freizeitbekleidung, Bücher, Haushalt, Unterhaltungselektronik. Die sonst die Ortszentrumstandorte dominierenden Filiallisten sind nur in einer geringen Zahl vertreten. Nachteilig wirkt sich dies auf die Aktualität und eine klare Kundenorientierung aus. Während dessen schafft der hohe Anteil von inhabergeführten Geschäften viele Arbeitsplätze.

Die Geschäfte sind fast ausschliesslich von geringer Grösse, damit kann oft eine kundenorientierte Ladenöffnung nicht betrieben werden. Zudem limitiert dieser Umstand die Entwicklung von Geschäftsmodellen, die Angebotsausweitungen, Erlebnis-zonen und Eventaktivitäten zulassen.

Das führt zum Ergebnis, dass der Ortszentrum von Herisau über kein Gebiet, keine Strassen- oder Platzlage verfügt, die ausreicht, um ein Geschäft mit Existenzanspruch zu führen. Vielmehr ist heute das Geschäftsmodell des Einzelkämpfers angesagt, was nicht negativ auszulegen ist, jedoch keine Perspektive der Nachfolgeregelungen hat. Ohne Zutun wird es sich nicht vermeiden lassen, dass die Ladenöffnungszeiten laufend verkürzt werden, Personal eingespart wird, adäquate Nachfolgenutzungen nicht gefunden werden.

Die geplante Migros-Anlage wird einige Mankos gutmachen. Der Alltagseinkauf, gemessen an Gossau, wird deutlich verbessert. Das Angebot an Verkaufsfläche für Non-Food-Bereiche wird deutlich grösser. Zusätzlich zur Migros werden 15 bis 18 Geschäfte ihren Standort finden. Diese partizipieren an der Frequenzbündelung, der Parkierung und dem Betreibermanagement. Im weiteren bietet die Anlage ein wetterunabhängigen Einkauf und unproblematische Ladenlayouts an.

Die Anlage wird in ihrer Gesamtheit einen klar dominanten Einkaufsort im Ortszentrum von Herisau bilden. Sie weist in etwa die gleiche Verkaufsfläche auf, wie die Ortszentrumgebiete 1, 2 und 3 zusammen. Heute ansässige Geschäfte könnten einen Standortwechsel vornehmen. Gut möglich, dass die Hälfte der rund 3'300m² zur Verfügung stehenden Flächen auf diese Art besetzt werden. Das heisst, dass die Gebiete 1 und 2 diese verlieren werden, respektive ersetzen müssen.

Eine weitere Unsicherheit könnte Coop betreffen. Ob sich Coop in der Rolle als deutlich kleinerer Mitbewerber zufrieden gibt, steht offen. Der Auszug von Coop wäre ein überaus empfindlicher Verlust für den Ortszentrum.

Die geplante Migros-Anlage sollte keinesfalls aufgrund ihrer Grösse in Frage ge-

Herisau Bahnhofstrasse	
Verkaufsfläche:	2'275 m ²
Umsatz:	CHF 25,5 Mio.
Kundenfrequenz:	590'000

Herisau Zentrum	
Verkaufsfläche:	1'080 m ²
Umsatz:	CHF 9,2 Mio.
Kundenfrequenz:	300'000

Herisau Zentrum-Ost	
Verkaufsfläche:	2'410 m ²
Umsatz:	CHF 20,9 Mio.
Kundenfrequenz:	510'000

Migros	
Verkaufsfläche:	5'850 m ²
Umsatz:	CHF 61,5 Mio.
Kundenfrequenz:	1'310'000



Herisau 2020	(ohne Migros)	(mit Migros)
Verkaufsfläche:	5'765 m ²	11'615 m ²
Umsatz:	CHF 55,6 Mio.	CHF 117,1 Mio.
Kundenfrequenz:	1'400'000	2'710'000

stellt werden. Die grössere Herausforderung besteht darin, dass diese Ausgangspunkt eines attraktiven Verbindungswegs wird, der die Zirkulationsintensität im Ortszentrum erhöht.

Fazit:

Die Migros-Anlage wird der dominante Einkaufsort innerhalb des Ortszentrums von Herisau. Der Grund dafür ist nicht allein die grosszügig bemessene Verkaufsfläche, sondern vielmehr der Umstand, dass die Versorgung durch den Detailhandel im Ortszentrum von Herisau mit der Entwicklung nicht Schritt gehalten hat. Damit wird die Lagequalität in der Migros-Anlage für Drittmieten attraktiv. Publikumsfrequentierte Lagen sind im Ortszentrum selten. Zudem weisen die Ladeneinheiten eine Grösse auf, die für moderne Geschäftsmodelle ungenügend sind. Die Migros-Anlage schafft eine Frequenzdominanz im Ortszentrum von Herisau. Im Weiteren könnten Geschäfte im Ortszentrum einen Standortwechsel vornehmen, was im Ortszentrum Lücken hinterlassen würde.

5 Potenzial Versorgungsangebot im Ortszentrum

Food

Im Bereich Food hat das Zentrum Herisau eine mässige Position. Die Abschöpfung der Kaufkraft der Gesamtbevölkerung (15'174 Einwohner) ist tief, die Abschöpfung im detailhandelsrelevanten Einzugsgebiet (23'562 Einwohner) sehr gering. Der Anteil des Detailhandelsumsatzes der nicht in Herisau ausgegeben wird beträgt rund CHF 95 Mio.

NonFood

Im Bereich NonFood ist die Position vom Zentrum Herisau etwas stärker. Bezieht man das detailhandelsrelevanten Einzugsgebiet mit ein, ergibt sich jedoch nur noch ein mittelmässig zufriedenstellendes Ergebnis, da Herisau als Versorgungszentrum eine deutlich höhere Abschöpfung aufweisen sollte. Die Abschöpfungsdifferenz liegt im Bereich NonFood bei etwa CHF 66 Mio.

Aufgrund der Stellung als Kantonshauptort müsste der Ortszentrum von Herisau in etwa 18'000m² Verkaufsfläche aufweisen und damit einen Umsatz von 180 Mio erzielen. Dies ist dann der Fall, wenn die Konsumausgaben von Herisau und deren Regionsgemeinden von 267 Mio zu 55 bis 60 Prozent abgeschöpft werden. Zudem muss der Anteil an Kunden von Auswärts in etwa 25 bis 30 Mio betragen. Dazu gehört auch ein Anteil aus Gossau und Degersheim, die heute nicht in Herisau Kunden sind.

Im 2013 weist Herisau in etwa 12'500 m² an Verkaufsfläche auf, die ortszentrumrelevante Sortimente aufweisen. Diese setzen sich zusammen aus rund 9'000 m² im Ortszentrum (inklusive Bahnhof), dem Gebiet Cilander mit 2'700 m² und dem Landi, dessen Angebot lediglich etwa zur Hälfte den ortszentrumrelevanten Güter zugeordnet werden kann. Die erreichte Umsatzgrösse liegt in etwa bei 123 Mio.

Setzt man diesen Umsatz dem Konsumpotential der möglichen Umsatzgrösse von 180 Mio gegenüber, ist klar, dass Herisau heute eine stark ungenügende Versorgungsleistung aufweist.

Der Umstand, dass heute von den 12'500 m² rund 3'800 m² nicht mit dem Ortszentrum vernetzt sind, zeigt die sehr tiefe Versorgungszentralität vom Ortszentrum. Das Gebiet Cilander mit den 2'700 m² an Verkaufsfläche schwächt den Ortszentrum. Zudem haben die beiden Lebensmitteldiscounter einen übergebührlich hohen Verkaufsflächenanteil. Mit Denner zusammen ist rund die Hälfte des Lebensmittelangebotes in Herisau dem Discount zuzuordnen (schweizweit unter 10 Prozent).

Im 2020 verfügt der Ortszentrum, die Realisation der Migrosanlage entsprechend dem heute vorgesehenen Raumprogramm vorausgesetzt, über rund 11'600 m² an Verkaufsfläche. Gerechnet wird mit dem Umstand, dass rund 1'500 m² in der Migrosanlage von Geschäften besetzt werden, die heute ihren Standort im Ortszen-

trum haben und diesen aufgeben werden. Naheliegend ist, dass diese nicht adäquat ersetzt werden. Dazu kommen die Verkaufsflächen vom Gebiet Cilander und dem Landi von gesamthaft 3'400 m². Dies ergibt ein Angebot von 15'000 m². Somit hat der Ortszentrum noch ein Potential von 2'000 bis 3'000 m².

Dies aber nur unter der Voraussetzung, dass sich die Gesamtattraktivität vom Ortszentrum mächtig steigert. Weiter in Betracht zu ziehen ist, dass der zeitliche Faktor richtig eingeschätzt werden muss. Der Markt ist gesättigt, die Konkurrenz besteht und ein Wachstum der Konsumausgaben im Einzugsgebiet von Herisau ist nicht angezeigt.

6 Folgerungen und Empfehlungen

Der Kanton Appenzell Ausserrhoden will den langfristigen Bevölkerungsrückgang brechen. Dem Hauptort Herisau kommt eine wachstumsstreibende Funktion zu. Wächst Herisau nicht, tut dies der Kanton auch nicht. Damit Herisau wächst, müssen sich dessen Standortvorteile als Wohnort verbessern. Eine dafür unabdingbare Voraussetzung ist ein optimal ausgestatteter Ortszentrum. Grundlage dafür ist eine genügende Versorgungsvielfalt und die Qualität als Bezugsort seiner Bevölkerung und der Umlandgemeinden. Eine weitere Voraussetzung ist ein Zuwachs an Dienstleistungsarbeitsplätzen, wovon ein Teil für ihren Standort ein urbanes Umfeld voraussetzt.

Das Einzugsgebiet, das es primär mit Güter zu versorgen gilt, umfasst den Kantonshauptort Herisau und deren Umlandgemeinden Stein, Hundwil, Waldstatt, Schönengrund, Schwellbrunn und Urnäsch. Herisau hat eine Einwohnerzahl von knapp 15'200 und die Umlandgemeinde von knapp 8'400. Gesamthaft somit knapp 26'600 Einwohner. Diese verfügen gesamthaft über Konsumausgaben für das ortszentrumrelevante Detailhandelsangebot von rund 260 Mio. Geht man noch davon aus, dass auch Besucher und in Herisau Arbeitende und auswärts Wohnende zu Kunden gehören, hat Herisau ein Detailhandelspotential von knapp 300 Mio. Dabei ist der nicht in Herisau wohnende Anteil recht gering. Der Vorteil dieses Umstandes ist, dass die deutliche Mehrheit der Kunden mit der lokalen Situation vertraut sind, nachteilig wirkt sich der geringe Einzugsbereich auf das Detailhandelsumsatzresultat aus. Sollten Kunden aus Degersheim und insbesondere Gossau gewonnen werden, müsste dafür der Einkaufsnutzen sehr hoch sein.

Detailhandelssituation Ortszentrum Herisau

Der Ortszentrum von Herisau weist eine Verkaufsfläche von rund 8'700m² auf und erreicht damit einen Umsatz von rund 98 Mio. Dafür wird eine jährliche Kundenzahl von rund 2,3 Mio generiert. Das Ortszentrumgebiet umfasst die Gebiete Bahnhofstrasse, Zentrum und Zentrum Ost sowie den Solitär Migros. Das Gebiet Bahnhofstrasse weist 2'755 m² Verkaufsfläche auf, erreicht damit einen Umsatz von 30,7 Mio. und generiert eine jährliche Kundenfrequenz von 590'000. Für das Gebiet Zentrum sind es 1'080m², 9,2 Mio, 300'000 Kunden, für das Gebiet Zentrum-Ost sind es 2'410m², 20,9 Mio, 510'000 Kunden. Für die Migrosanlage sind es 2'670m², 28 Mio und 610'000 Kunden.

Das Gebiet Bahnhofstrasse weist mit Coop und Denner ausgeglichene Anteile Food und Nonfood aus und hat einen leichten Angebotsschwerpunkt in den Bereichen Gesundheit/Schönheit. Die Ortsteile Bahnhofstrasse, Zentrum und Zentrum Ost sind bezüglich deren Angebot heterogen, weisen keinen Angebotsschwerpunkt auf und es fehlen gar viele der typischen ortszentrumrelevanten Sortimente. Die Geschäfte weisen kaum einen räumlichen Zusammenhang auf und sind, ausgenommen die 5 Geschäfte mit der grössten Verkaufsfläche, Kleingeschäfte mit durchschnittlich rund 60m².

Die Gastronomie im gesamten Ortszentrum bietet rund 900 Innen- und 380 Aussenplätze an. Damit wird ein Umsatz erzielt, der in etwa 10 Prozent gemessen am Detailhandelsumsatz beträgt.

Der Ortszentrum von Herisau wird kaum als gesamtes Einkaufsgebiet wahrgenommen, die Erlebnisdichte ist an keinem Ort gegeben, es gibt keine Lage mit guter Fussgängerfrequenz und ein die Nutzung stützendes Ambiente. Damit ist der Ortszentrum von Herisau schlicht nicht mehr konkurrenzfähig.

Die für den Ortszentrum relevante Konkurrenzsituation ist bemerkenswert. Gossau hat eine Verkaufsfläche von 30'000m² anzubieten. Geradezu dominant ist das Einkaufsgebiet von Abtwil/Winkeln, das gesamthaft rund 110'000 m² Verkaufsfläche aufweist. Dominant vertreten sind die Bereiche Möbel, Haushalt, Sport, Do-it und sogar Mode.

Potential vom Ortszentrum Herisau

Aufgrund der Stellung als Kantonshauptort müsste Herisau die Konsumausgaben von 267 Mio zu 60 Prozent abschöpfen können. Das ergibt rund 160 Mio sowie rund 20 Mio von Auswärtskunden, gesamthaft also in etwa 180 Mio Umsatz. Dafür wird eine Verkaufsfläche von etwa 18'000m² benötigt. Ein Teil davon wird im Gebiet Cilanderstasse erzielt. Somit bleiben für den Ortszentrum rund 15'300m². Heute werden 8'715m² angeboten.

Wird die neue Migrosanlage in der vorgesehenen Grösse realisiert, verfügt der Ortszentrum über 11'615m² Verkaufsfläche. Gerechnet wird mit dem Umstand, dass rund 1'500m² in der Migros-Anlage von Geschäften besetzt werden, die bereits heute ihren Standort im Ortszentrum innehaben und diesen aufgeben. Nahe liegend ist, dass diese in keiner Weise adäquat ersetzt werden. Das Ortszentrumangebot wird zwar deutlich verbessert, das heutige Ortskerngebiet wird dabei aber geschwächt.

Risiken und Chancen Migrosanlage

Wird die Migros-Anlage im geplanten Umfang realisiert, wird der Ortszentrum eine Verkaufsfläche von rund 12'000m² aufweisen. Die Migrosanlage trägt bezüglich Anteil Verkaufsfläche und Kundenfrequenz in etwa die Hälfte dazu bei, bezüglich Umsatz gar knapp 53 Prozent.

Der Mietermix, Events, Ladenöffnung, Services, Parkierung können bedürfnisgerecht gestaltet werden. Die Ladeneinheiten weisen Grössen auf, wie sie im Ortszentrum kaum anzutreffen sind. Einzig in Herisau ist das klimaunabhängige Gesamterlebnis und die ungezwungene Zirkulationsqualität.

Offen ist, ob die Anlagequalität ein Zeichen setzt, das im weiten Umfeld einmalig ist und einen starken identitätsprägenden Beitrag leisten kann. Die weitere Herausforderung ist, ob es gelingt, die Frequenz der Migrosanlage auf andere Ortskerngebiete auszuweiten. Offen ist auch, wie das Parkiermanagement gestaltet wird. Die

vorgesehen 206 Kundenparkplätze sind knapp. Demgemäss liegt es im Interesse des Betreibers, die Aufenthaltszeiten eher tief zu halten, mit dem Effekt, dass dies in nicht ausreichendem Mass Ausgangspunkt für einen Ortszentrumbummel sein wird.

Fazit/Empfehlungen

Die Migrosanlage soll eine identitätsprägende Qualität und ein vielfältiges Angebot aufweisen. Im Ortszentrum sollen ein oder mehrere Angebotsgebiete geschaffen werden. Dafür ist ein Ortszentrumkonzept von Nöten, das Nutzungs- und Angebotschwerpunkte definiert, Wahrnehmungs- und Zirkulationsräume und Wege gestaltet und die entsprechende Infrastruktur vorsieht. Dafür verantwortlich ist die Gemeinde. Das Gesamtergebnis dient der Einbindung von Eigentümern und Investoren sowie der Anbieter und der akteurenorientierten Organisationen.

Ein Regiebuch, öffentlich zugänglich, zeigt den gewünschten Handlungsspielraum und dient dem Controlling. Der Zeithorizont liegt bei 30 bis 40 Jahren.

Drei Ereignisse würden Herisau tief treffen: Die Migrosanlage wird als einziges Angebot wahrgenommen, der Ortszentrum darauf reduziert. Der Verkaufsflächenzuwachs in der Migrosanlage wirkt lähmend für die restlichen Ortszentrumgebiete. Innerhalb diesen setzt sich die Zersetzung fort.

Entwicklungsszenarien

Die Migrosanlage wird ortszentrumdominant. Das lässt folgende Entwicklungen zu:

Die Geschäfte im Ortszentrum entwickeln sich in Richtung Anbieter mit Einmaligkeitscharakter. Diese weisen einen hohen Mehrnutzen auf. Sie haben einen hohen Anteil an Zielkundschaft oder Bequemlichkeitskunden mit dem Auto.

Im Ortszentrum entwickelt sich ein oder mehrere Gebiete mit leistungsfähigen Detaillisten. Es resultiert ein Kunden- und Besucheraustausch.

Die besten Geschäfte verlegen ihren Standort in die Migrosanlage und nutzen dies für eine Neuorientierung. Die Frequenz im Ortszentrum wird sinken, Läden schliessen und werden nicht mehr adäquat ersetzt.

Naheliegender ist eher die letztgenannte Entwicklung.

Anhang

Übersicht: Flächen und Umsatz 2013

Nachfolgend die Übersicht über Food und NonFood **Flächen** der Untersuchungsperimeter in Quadratmeter:

	Food	NonFood	Total VFL
Herisau Bahnhof	290	30	320
Herisau Bahnhofstrasse	1'030	1'725	2'755
Herisau Zentrum	235	1'345	1'580
Herisau Zentrum-Ost	0	730	730
Gutenberg Shopping	465	1'515	1'980
Migros	1'030	640	1'670
Total:	3'050	5'985	9'035

Übersicht über Food und Non-Food **Umsätze** der Untersuchungsperimeter in Mio. CHF:

	Food	NonFood	Total
Herisau Bahnhof	4,1	0,3	4,4
Herisau Bahnhofstrasse	15,9	14,8	30,7
Herisau Zentrum	2,5	9,9	12,4
Herisau Zentrum-Ost	0	5,1	5,1
Gutenberg Shopping	5,4	12,15	17,55
Migros	17	11	28
Total:	44,9	53,25	98,15

Verkaufsflächen (total): 9'155m², CHF 98,15 Mio. Umsatz p.a.

davon Food: 3'050m² Verkaufsfläche, CHF 44,9 Mio. Umsatz p.a.

davon Non-Food: 6'105m² Verkaufsfläche, CHF 53,25 Mio. Umsatz p.a.

Die obigen Tabellen zeigt klar das Kräfteverhältnis der einzelnen Untersuchungsperimeter. Es ist offen ersichtlich, dass der Migros und das Gutenberg Shopping-Center im Bezug auf die Verkaufsfläche den höchsten Umsatz generieren. Das restliche Detailhandelsangebot im Perimeter «Herisau Zentrum-Ost» ist sehr schwach ausgeprägt. Der Perimeter «Herisau Bahnhofstrasse» ist der stärkste Perimeter bezüglich Versorgungsleistung in Herisau, jedoch nur aufgrund des Coop und Denners, die auf diesen Perimeter fallen. Mit vielen kleinen Geschäften weist das Gebiet «Herisau Zentrum» einige Schwächen im Versorgungsangebot auf, die anhand der Umsatzzahlen ersichtlich sind.

Übersicht: Gastronomie - Sitzplätze

	Innenplätze	Aussenplätze
Herisau Bahnhof	65	10
Herisau Bahnhofstrasse	410	180
Herisau Zentrum	120	120
Herisau Zentrum-Ost	75	35
Gutenberg Shopping-Center	50	30
Migros	170	0
TOTAL	890	375

Impressum

Auftraggeber

Gemeinde Herisau
Christof Simmler
Andreas Irniger

Bearbeitung Auswirkung Migros

InterUrban AG
Mainaustrasse 21
Postfach
CH-8032 Zürich
Tel. 044 260 71 85
mail@interurban.ch

Bearbeitung Studie Versorgungssituation

intosens ag – urban solutions
Nutzung & Identität
Waffenplatzstrasse 54
CH-8002 Zürich
Tel. 044 205 55 44
mail@intosens.ch