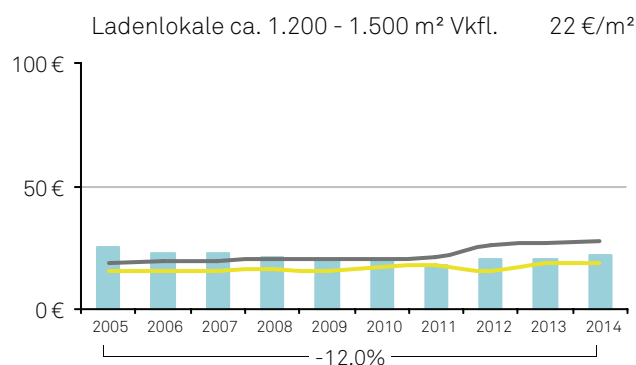
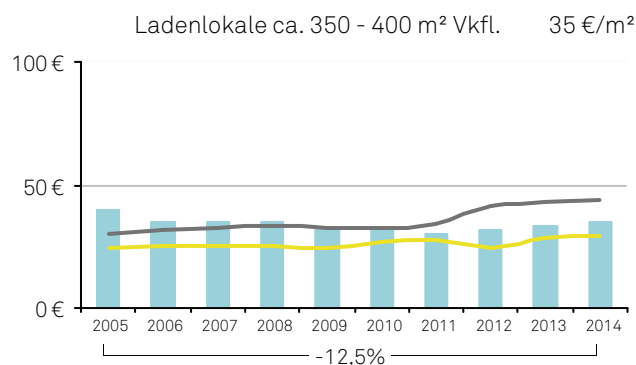
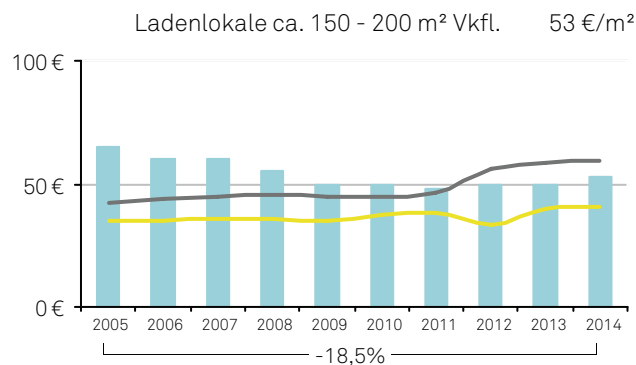
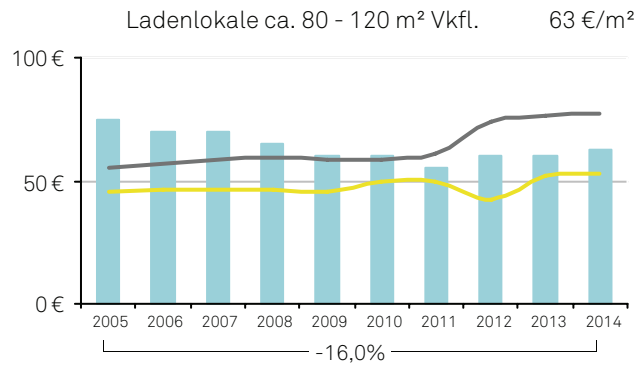




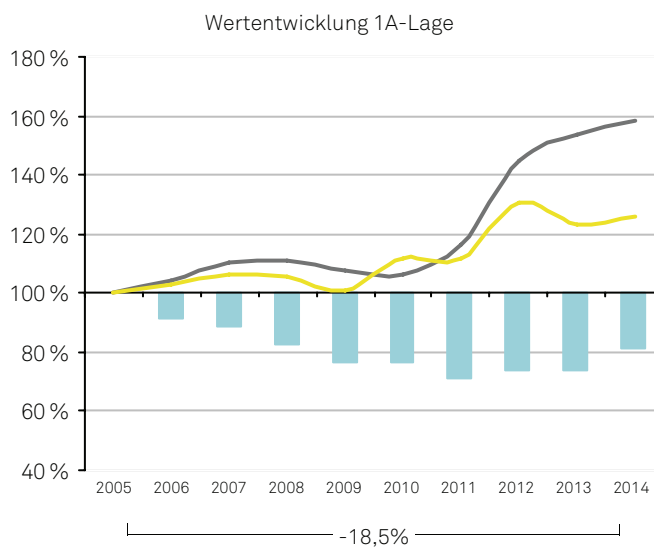
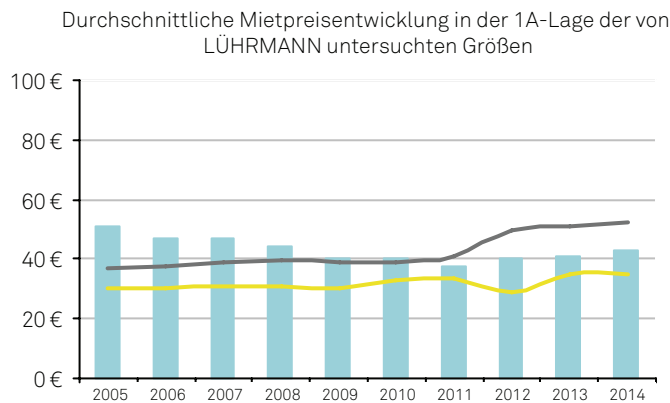
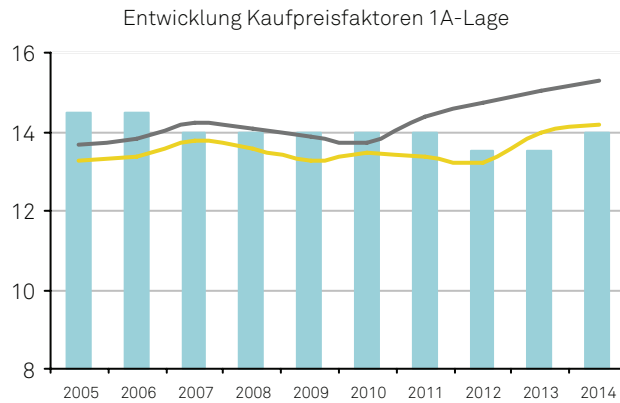
| | |
|--|----|
| Geografische Lage | 1 |
| Kurzanalyse Passau | 2 |
| Demografische Daten | 3 |
| Einzelhandelskennzahlen | 5 |
| Branchenstruktur | 6 |
| Mietpreisentwicklung 1A-Lage | 7 |
| Wertentwicklung 1A-Lage | 8 |
| Einzelhandelslagen | 9 |
| Bahnhofstraße | 9 |
| Ludwigstraße | 10 |
| Shoppingcenter - Details | 11 |
| Definitionen | 12 |
| Quellenangaben | 16 |
| Städteübersicht LÜHRMANN CityFacts 2014/2015 | 17 |

Mietpreisentwicklung 1A-Lage 2005 bis 2014



- Passau
- Durchschnittliche Entwicklung aller 167 von LÜHRMANN untersuchten Städte
- Durchschnittliche Entwicklung der von LÜHRMANN untersuchten vergleichbaren Städte

Wertentwicklung 1A-Lage 2005 bis 2014



- Passau
- Durchschnittliche Entwicklung aller 167 von LÜHRMANN untersuchten Städte
- Durchschnittliche Entwicklung der von LÜHRMANN untersuchten vergleichbaren Städte

ZAHL DER STUDIERENDEN

Die Zahl der Studenten weist auf die Attraktivität einer Stadt für jugendliche Besucher hin. Das gastronomische und kulturelle Angebot ist hier zumeist höher. Die Chance, ein rentables Unternehmen in diesen Branchen zu gründen, steigt. Die Zahl wurde nur an Universitäts- oder Hochschulstandorten erhoben.

ALTERSSTRUKTUR DER BEVÖLKERUNG

Die Altersstruktur an einem Standort kann für die Entscheidung einer Filialeröffnung von großer Bedeutung sein. Bestimmte Produkte benötigen eine bestimmte Ziel- und Altersgruppe. Darüber hinaus können sich Standorte mit einem großen Anteil junger Bevölkerung Hoffnung auf eine positive Entwicklung in puncto Beschäftigten- und Bevölkerungsentwicklung machen.

BESCHÄFTIGUNGSSTRUKTUR NACH WIRTSCHAFTSSEKTOREN

Gibt einen Hinweis auf die Struktur der örtlichen Wirtschaft. Ist der Strukturwandel hin zur Dienstleistungsgesellschaft schon vollzogen oder steht er möglicherweise noch bevor – mit den bekannten negativen Auswirkungen auf die Kaufkraft der Bevölkerung.

KAUFKRAFTKENNZIFFER

Die Kaufkraftkennziffer ergänzt die Angabe über die Einwohnerzahl eines Standortes um ein qualitatives Kriterium. Sie gibt an, wie hoch das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial eines jeden Einwohners des Standortes ist. Der Durchschnittswert liegt bundesweit normiert bei 100. Ein Wert oberhalb von 100 signalisiert ein überdurchschnittliches Kaufkraftpotenzial. Die Kaufkraftkennziffer erlaubt jedoch keine Aussage darüber, ob das vorhandene Kapital tatsächlich vor Ort ausgegeben wird.

UMSATZKENNZIFFER

Die Umsatzkennziffer beziffert die Ausgaben, welche die Endverbraucher im Einzelhandel am Standort ausgeben. Der normierte Bundesdurchschnitt beträgt hier ebenfalls 100.

ZENTRALITÄTSKENNZIFFER

Die Zentralitätskennziffer setzt Kaufkraft und Umsatzkennziffer in Relation und zeigt an, ob Kaufkraft von einem Standort zu- oder abfließt. Eine Zahl über 100 signalisiert, dass die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland höher sind als die Abflüsse. Insofern beleuchtet die Zentralitätskennziffer deutlich die Attraktivität eines Standortes für den Einzelhandel.

FILIALISIERUNGSGRAD

Gibt das Verhältnis zwischen Filialisten und lokalen Einzelhändlern vor Ort an. Bemessungsgrundlage sind alle in den CityFacts aufgeführten Einzelhandelslagen. Unterschieden wird bei den Filialisten noch einmal zwischen internationalen, nationalen und regionalen Filialisten.