

Wirtschaft und Beschäftigung in Bad Cannstatt

Stephanie Fleischmann

Leiterin Geschäftsbereich Strategie und internationale Beziehungen

Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH

Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH: Aufgaben



**Wirtschaftsförderung
Region Stuttgart**

- Standortmarketing für die Region Stuttgart
- Bestandspflege und Flächenmanagement
- Gewinnung und Betreuung ansiedlungswilliger Unternehmen

- Regionales Cluster- und Netzwerkmanagement
- Aktive Anregung und Unterstützung von Kooperationen
- Innovationsförderung
- Fachkräftesicherung

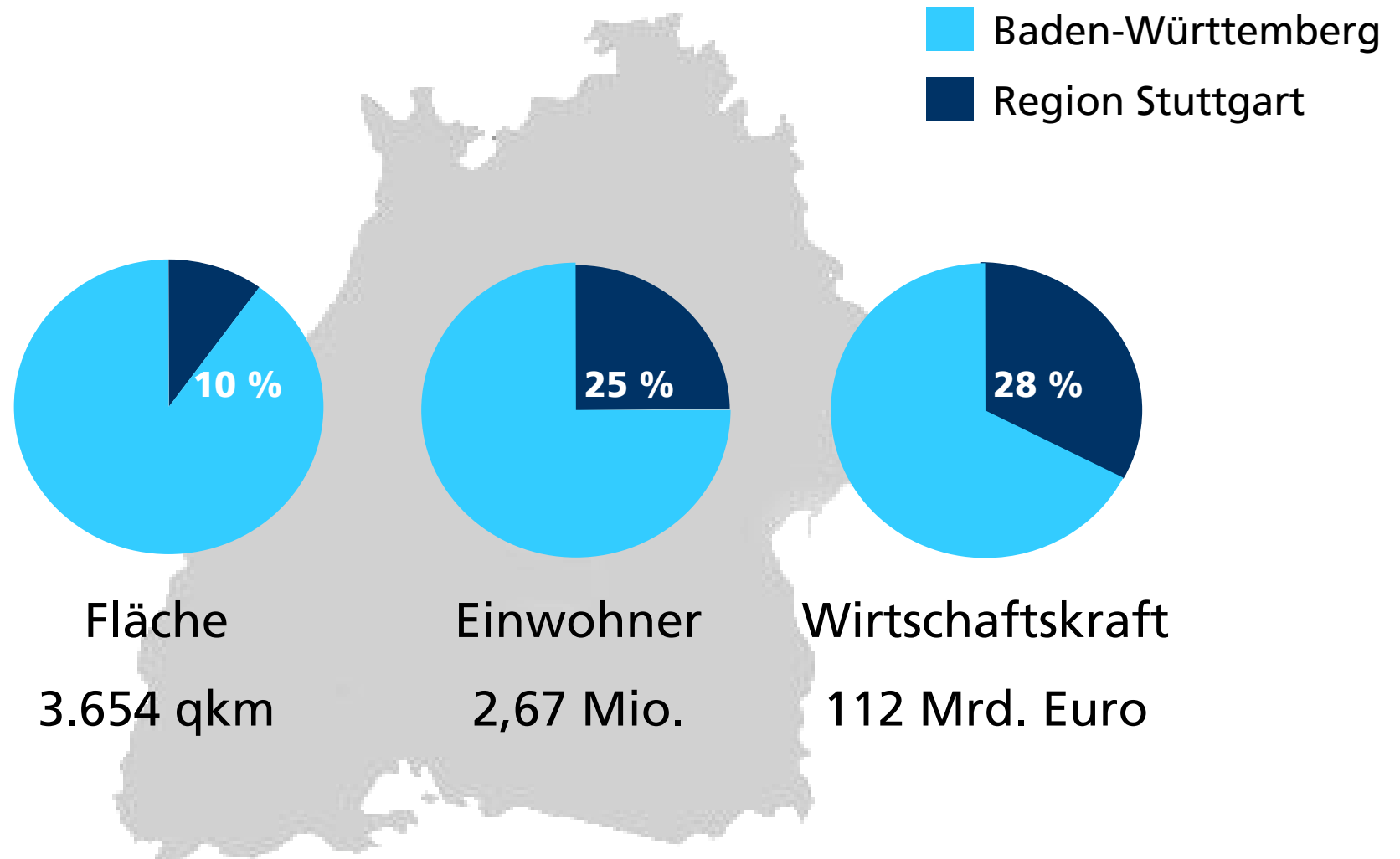
Hauptstadtregion von Baden-Württemberg

Region Stuttgart



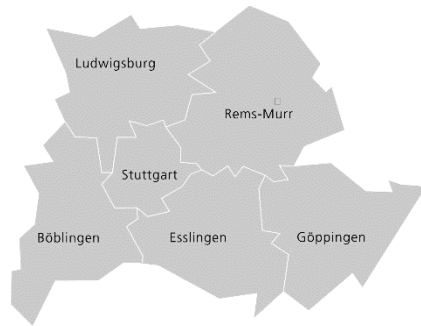
Die Region Stuttgart in Baden-Württemberg

Region Stuttgart



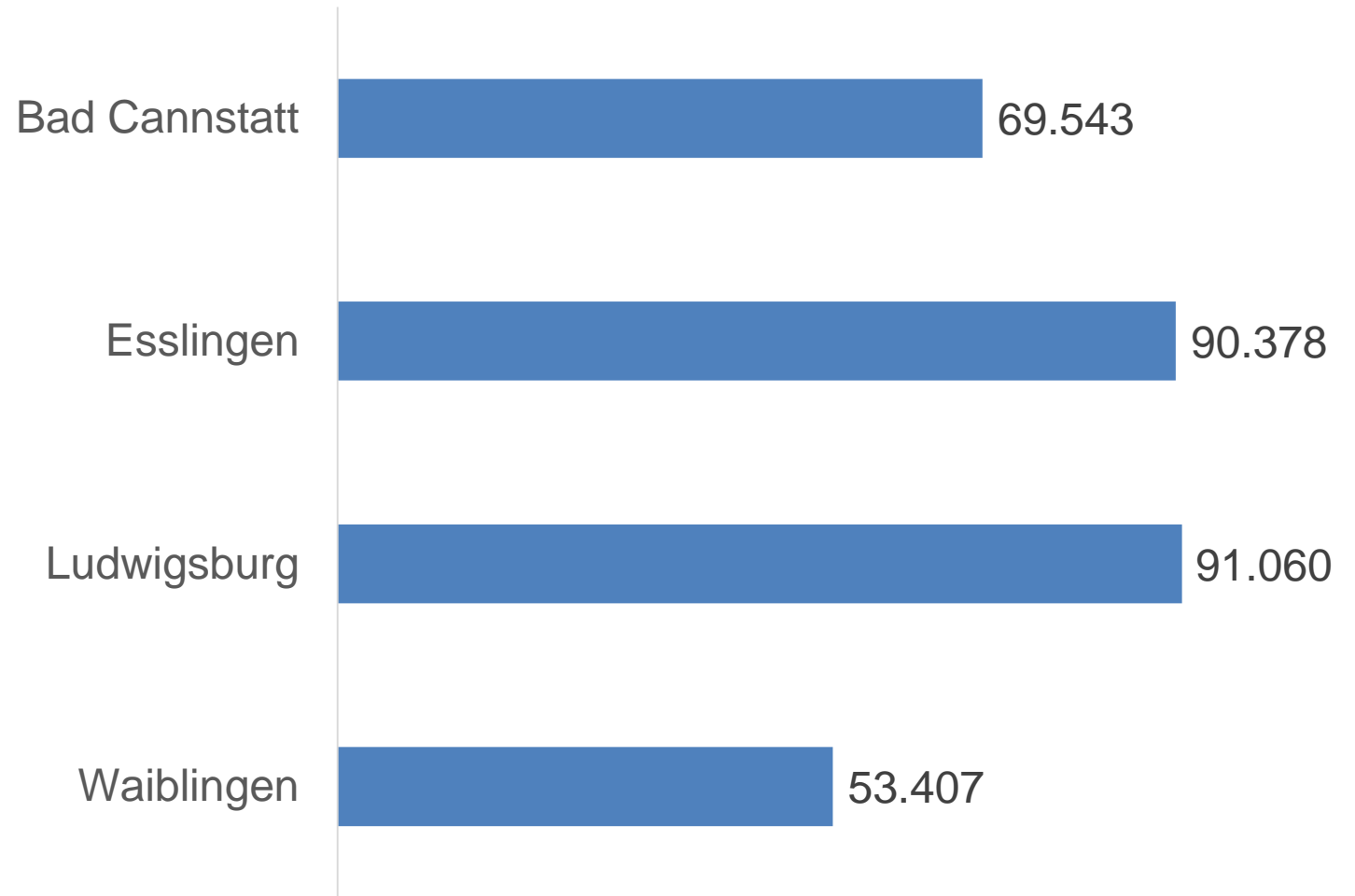
Was die Region Stuttgart unverwechselbar macht

Region Stuttgart



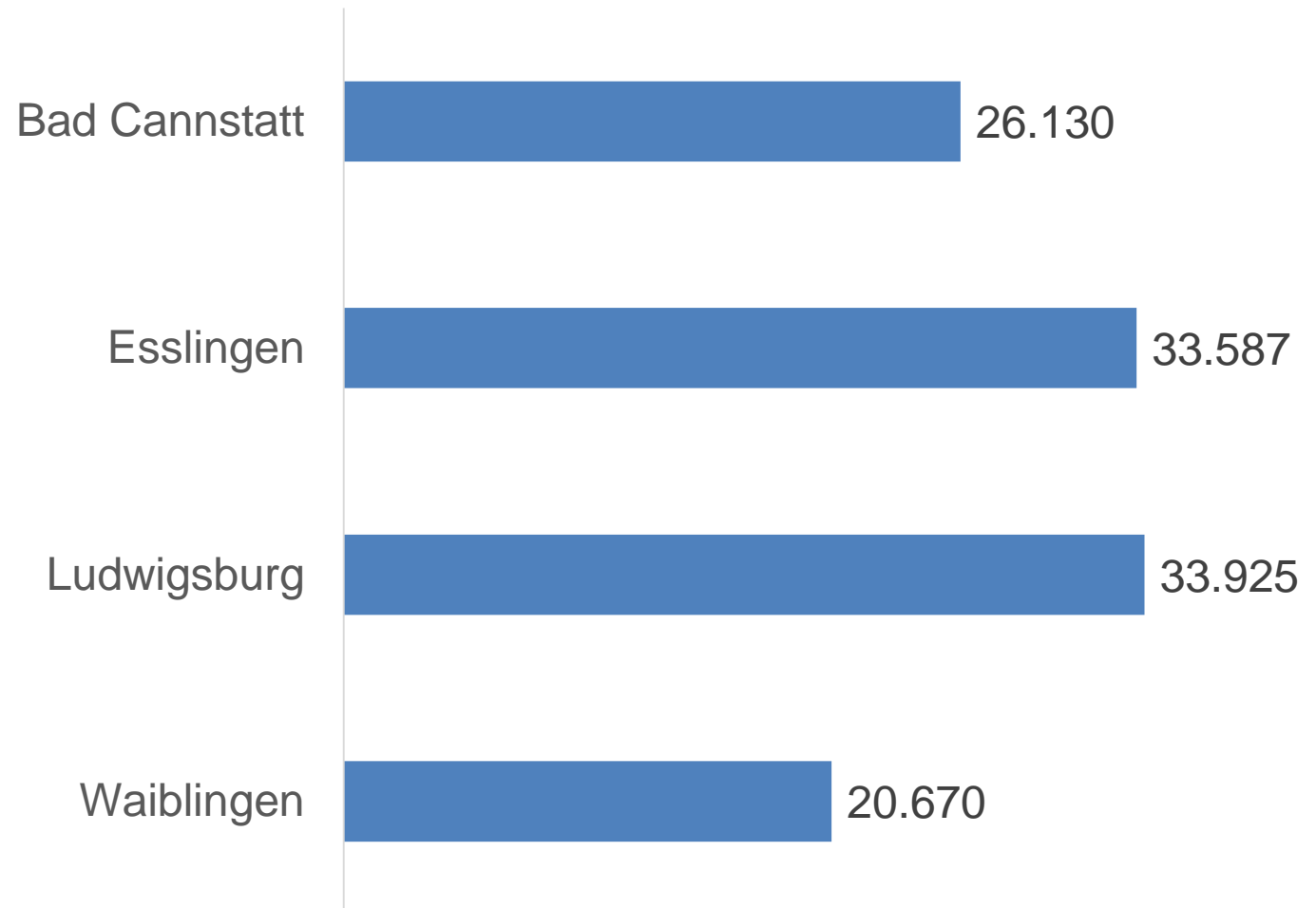
- Polyzentrische Metropolregion
- Hohe Lebensqualität durch Vielfalt von Urbanität, Natur- und Kulturlandschaft, Tradition und Moderne
- Ausgewogene und mittelständisch geprägte Wirtschaftsstruktur
- Region Stuttgart hat mit die höchste Ingenieur-Dichte in Deutschland
- Allein die Unternehmen der Region investieren über 7 % des BIP in Forschung und Entwicklung - mittelständische Unternehmen leisten hierzu einen hohen Beitrag
- Stark in der Fläche: Das Umland der Stadt Stuttgart trägt fast zwei Drittel zum BIP der Region bei

Einwohner zum 31.12.2014



Quellen: Stadt Stuttgart, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort zum 31.12.2013

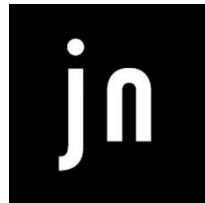


Quellen: Stadt Stuttgart, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Wirtschaft in Bad Cannstatt



Robert-Bosch-Krankenhaus



Mercedes-Benz



STRICHPUNKT

ATELIER BRÜCKNER 



Klinikum Stuttgart

MAHLE

Driven by performance



GEHE



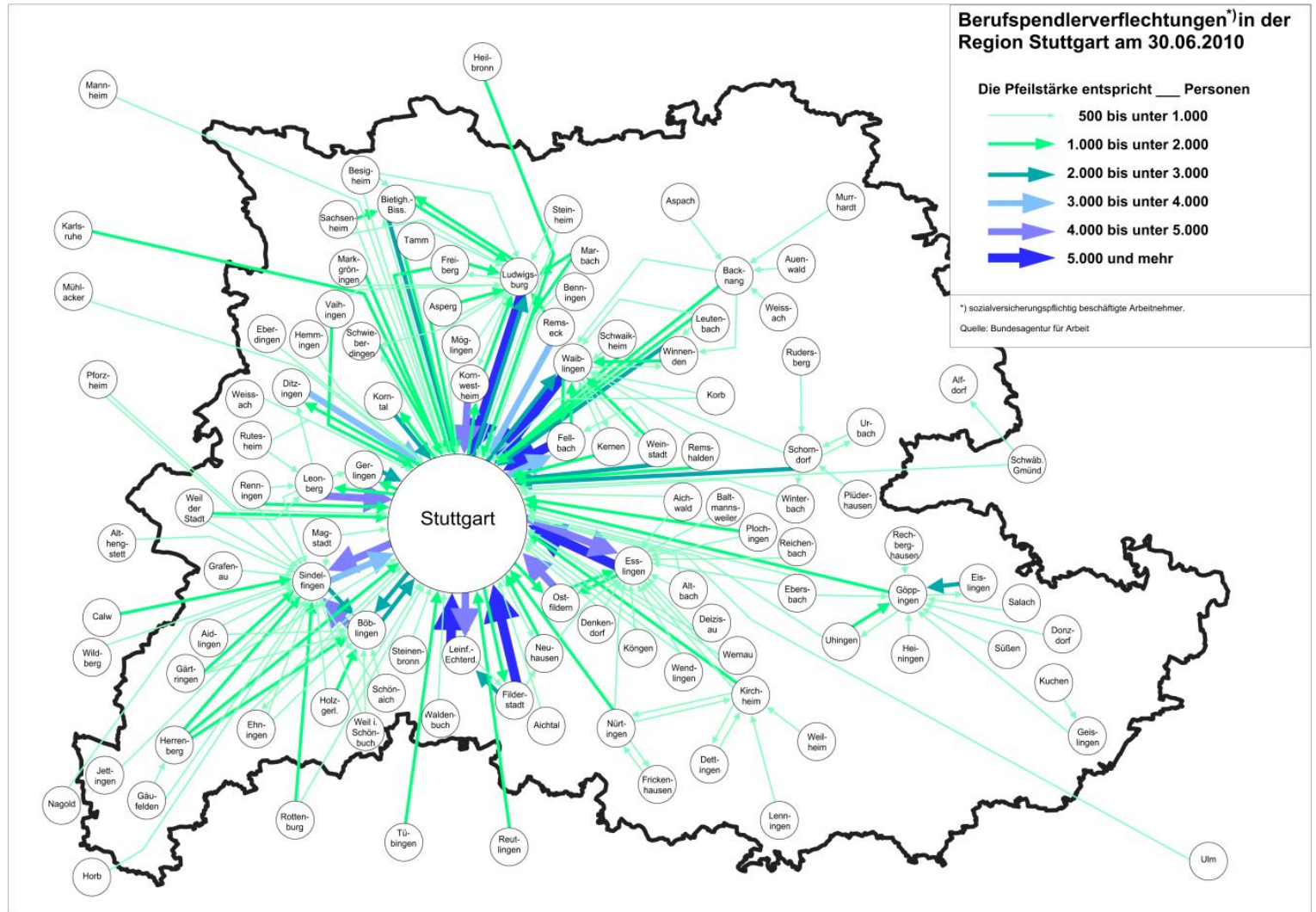
mateco
YOUR BETTER WAY UP



Rilling Lekt

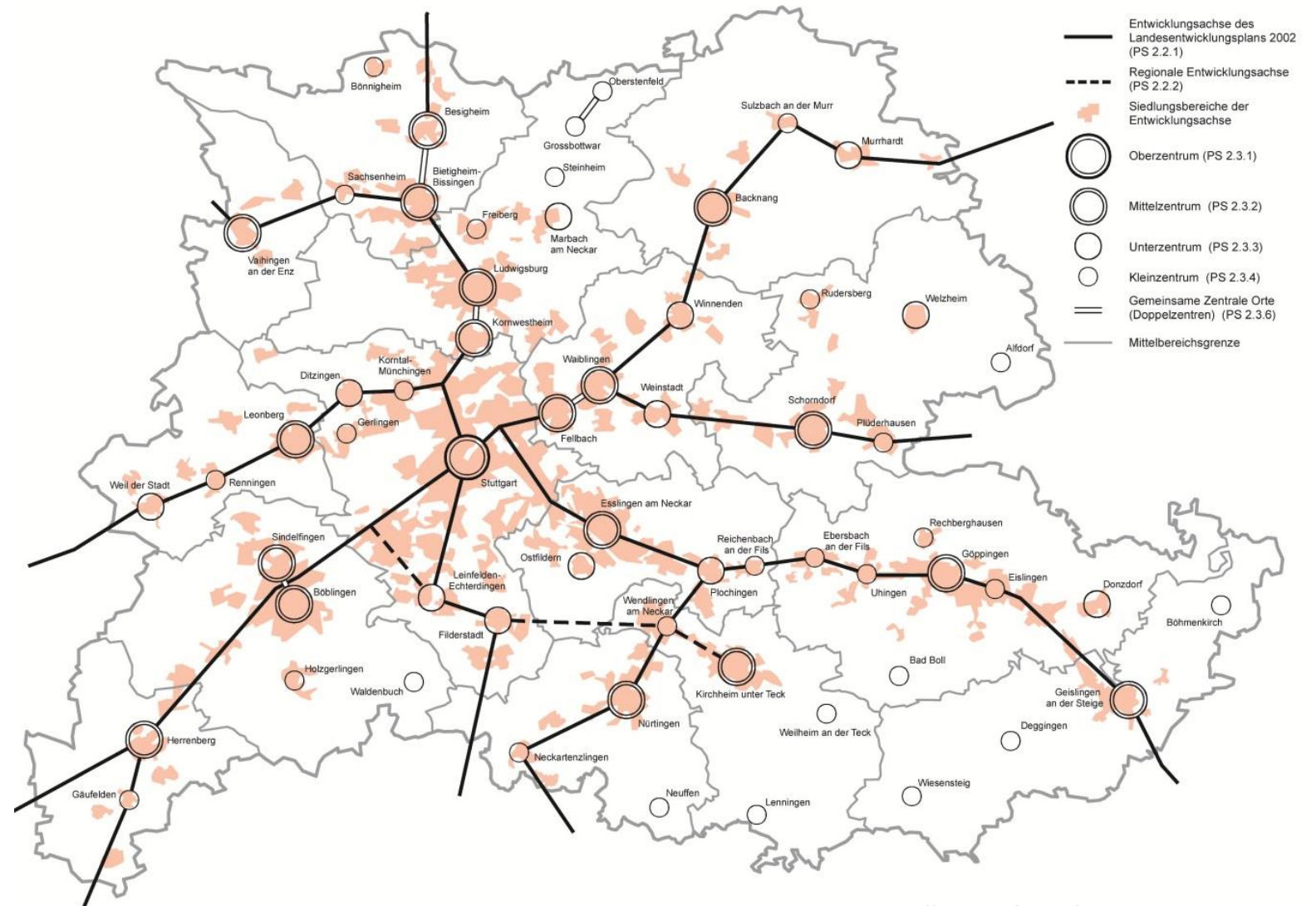
celesio

Pendlerbeziehungen in der Region Stuttgart



Quelle: Verband Region Stuttgart

Entwicklungsachsen und zentrale Orte

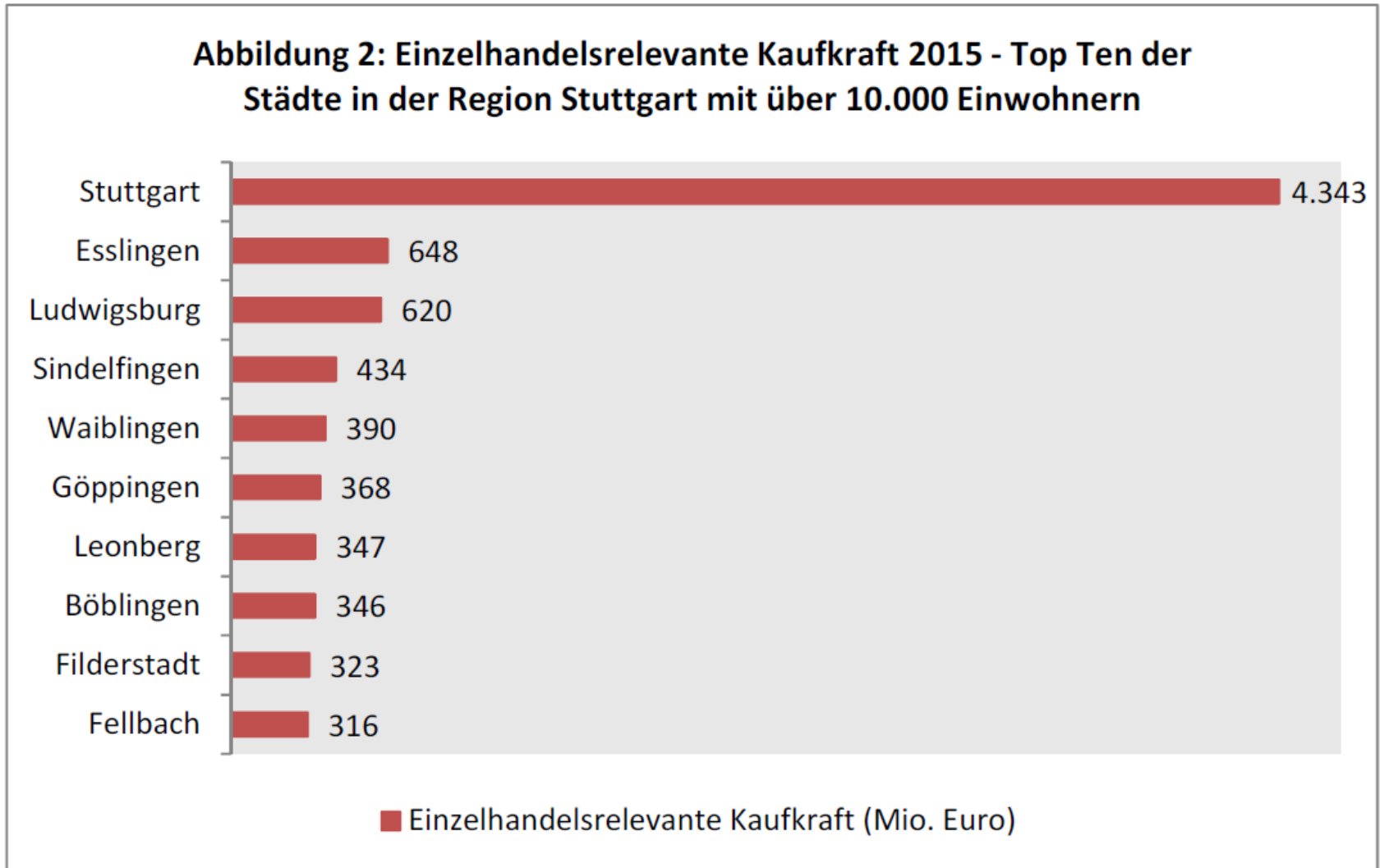


Quelle: Verband Region Stuttgart

Handel – Leitfunktion der Stadt

- Attraktivität von Innenstädten wird durch viele Faktoren bestimmt.
- Vielfalt des Einzelhandelsangebotes ist von zentraler Bedeutung.
- Werden wichtige Einrichtungen auf dezentrale Standorte verteilt, verlieren Innenstädte ihre Bedeutung als Zentrum.
- Funktion als Ort für Kommunikation, Kultur gefährdet.
- Standortwünsche für Einzelhandelsvorhaben lassen bisweilen erhebliche Zentrifugalkraft erkennen: Weg aus den Zentren – hin zu rentableren Flächen in Gewerbegebieten oder ganz auf der „Grünen Wiese“.
- Nachhaltige Standorte entstehen nicht von selbst!

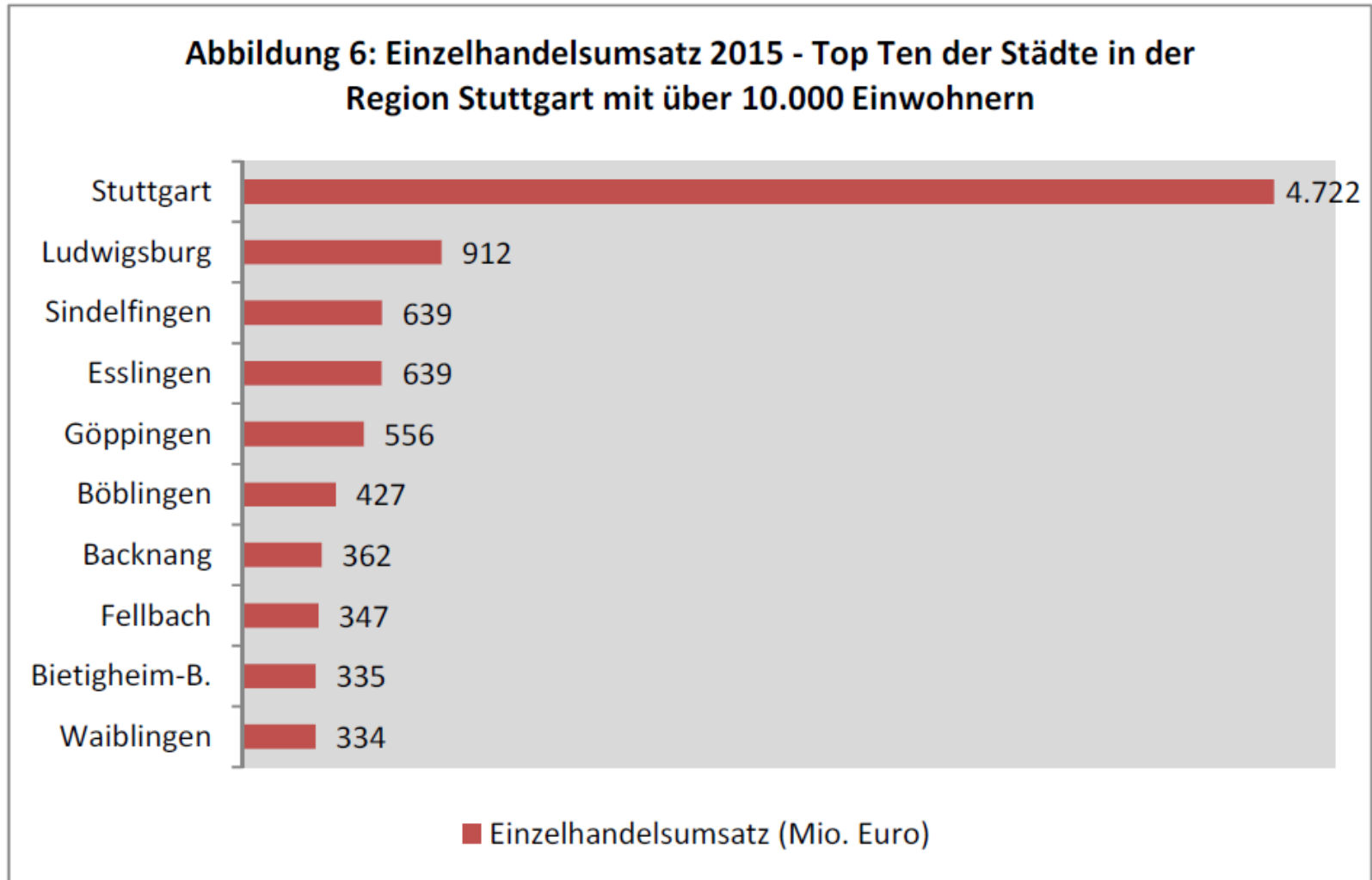
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2015



Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

Quelle: IHK Region Stuttgart

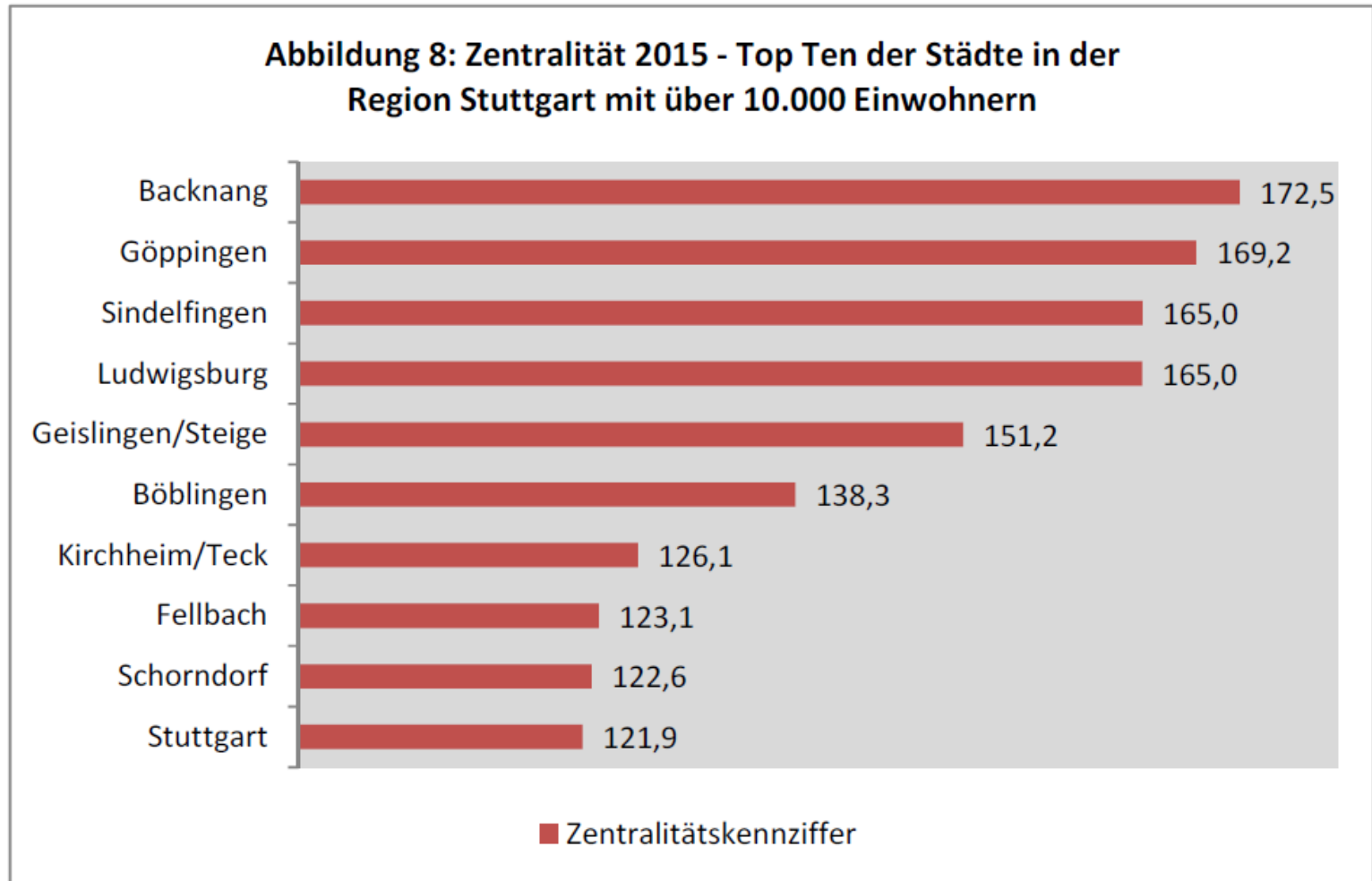
Einzelhandelsumsatz



Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

Quelle: IHK Region Stuttgart

Zentralität



Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

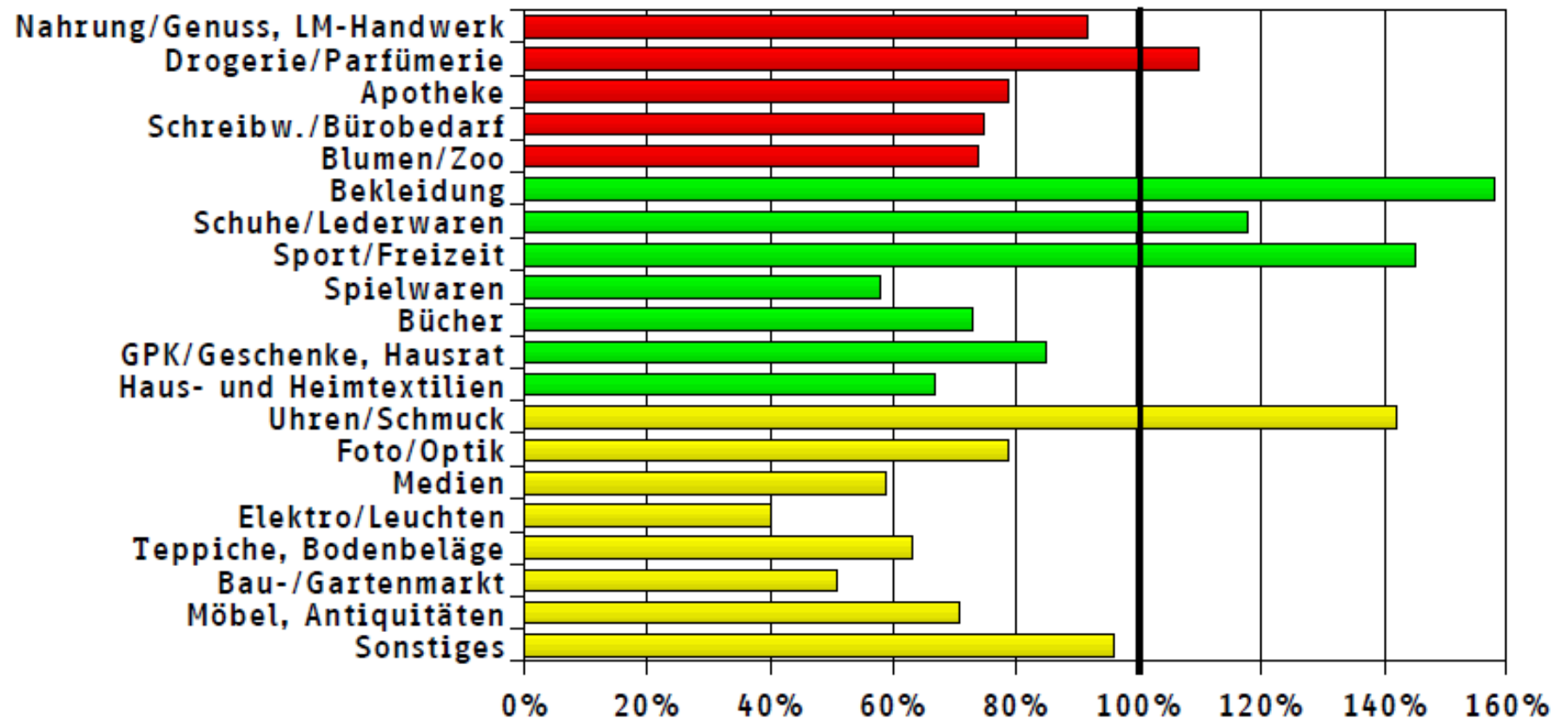
Quelle: IHK Region Stuttgart

Einzelhandel Bad Cannstatt

Stadt Stuttgart / Acocella, Einzelhandels- und Zentrenkonzept, 2009

- Der Stadtbezirk Bad Cannstatt ist Standort des einzigen B-Zentrums der Stadt Stuttgart, welches über eine regionale Ausstrahlungskraft verfügt. Dieses B-Zentrum Bad Cannstatt Altstadt besitzt einen mittelzentralen Verflechtungsbereich
- Bad Cannstatt hat das zweitgrößte Einzelhandelsangebot der Landeshauptstadt
- Gesamtbindungsquote von 90% auf, d.h. es kommt per Saldo zu leichten Kaufkraftabflüssen
- Nur im mittelfristigen Bedarfssortiment liegt die Bindungsquote über 100 %. Von zentraler regionaler Bedeutung sind die mittelfristigen Bedarfssortimente Bekleidung, Schuh-/Lederwaren, Sport/Freizeit. Darüber hinaus besitzt das Sortiment Uhren & Schmuck eine sehr hohe Bindungsquote (142 %).

Bindungsquoten Bad Cannstatt



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Quelle: Stadt Stuttgart / Acocella, Einzelhandels- und Zentrenkonzept, 2009

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

stephanie.fleischmann@region-stuttgart.de