

cima.



ariadne

CONNECTING THE DOTS

Smart City Analytics Waldkirchen

Informationen zum Projekt
Zwischenergebnisse 1. Halbjahr 2024

22.07.2024

Gefördert durch:

Rid | Stiftung



stadt
waldkirchen



Handelsverband
Bayern
HBE

Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



Aktuelle Herausforderungen von Städten und Gemeinden



Durchführung von Veranstaltungen



Erfolgskontrolle: Wie viele Besucher kamen? Folgeeffekte?

Sicherheitskonzepte: Welche Besucherzahlen sind zu erwarten?

Wo gibt es "Brennpunkte", Ansammlungen, Engstellen?



Bildquelle: stadtimepulse

Imagekampagnen

- ?
- Werbewirkung – führt eine Kampagne langfristig zu erhöhter Frequenz?
 - Welche Standorte profitieren?



Parkraumplanung und -bewirtschaftung



Akzeptanz einzelner Parkraumangebote

Nutzung nach Tageszeit

Erfolg von Aufwertungsmaßnahmen



Bildquelle: cima

Ausscheiden großflächiger Magnetbetriebe



Kenntnis der Frequenzen zur Ansprache von Nachfolgenutzungen
Prognose oder Simulation der Auswirkungen des Ausscheidens



Transformation der Innenstadt



Effekte von Klimaanpassungsmaßnahmen

Funktioniert die kopplungsorientierte Standortpolitik?

Auswirkung verkehrspolitischer Tests, Pop-up Plätze etc. auf die Laufwege

Smart City Analytics

Ariadne Maps GmbH

Max Dorfmeister

Smart City Analytics

Vorstellung Ariadne Maps GmbH

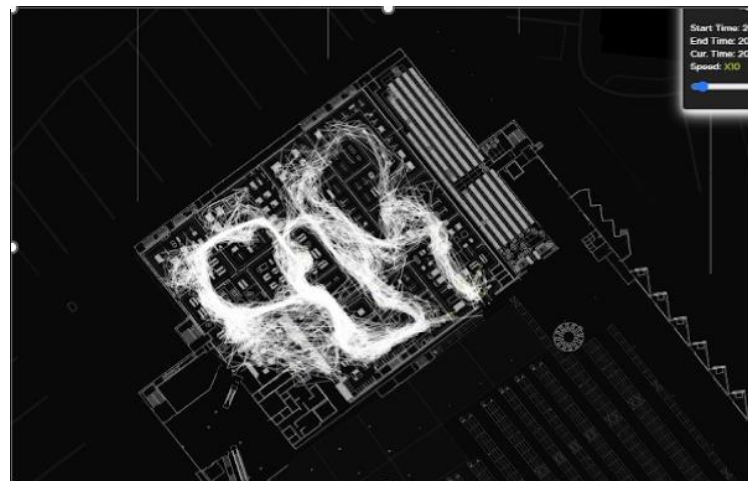
Unser Ziel: Darstellung der physischen Customer Journey

vorher



mit

ariadne
CONNECTING THE DOTS



Nicht erforderlich:



Smartphone App



WiFi



Cameras



LTE & GSM Network



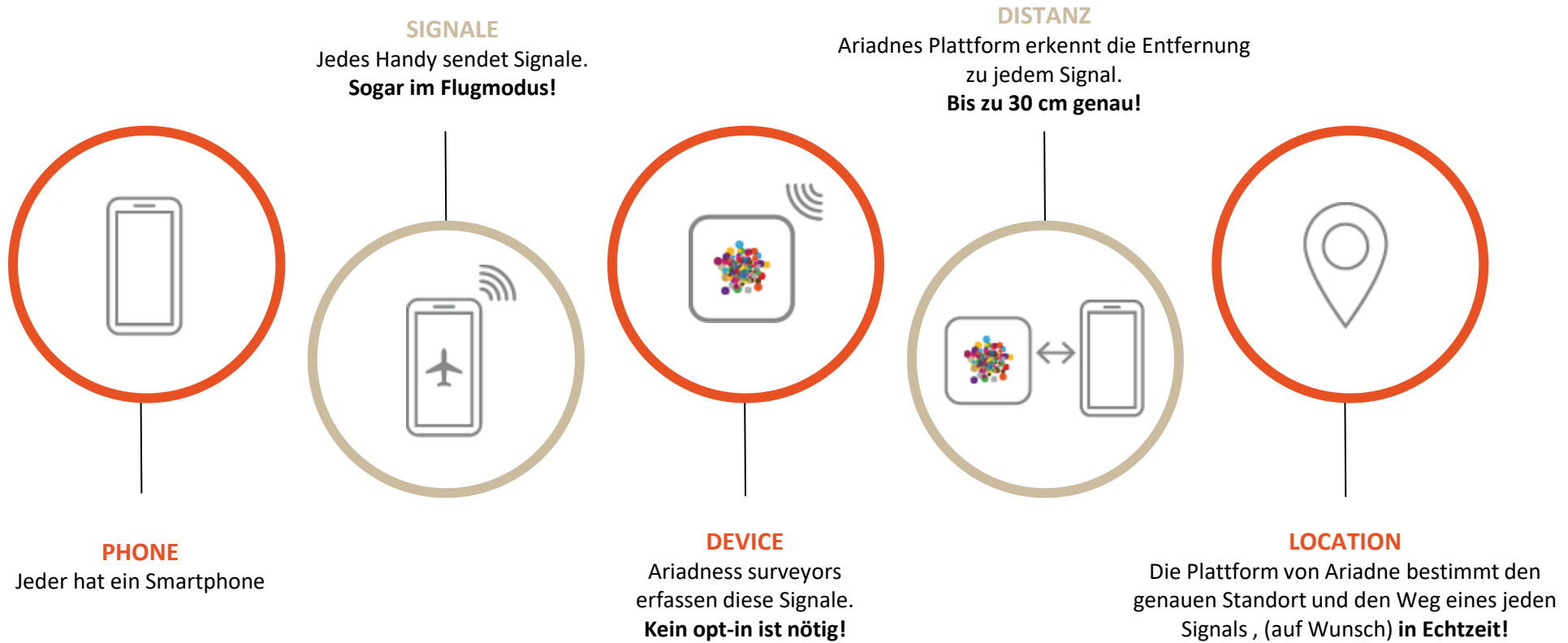
Proprietary Hardware

Smart City Analytics

Vorstellung Ariadne Maps GmbH



Unsere Lösung



Smart City Analytics

Vorstellung Ariadne Maps GmbH



Unsere Devices

Patentierte und von Deutschen Datenschutzbehörden als anonym bestätigte Technologie - entwickelt an der Technischen Universität München (TUM).

Die Messung basiert auf den passiven Signalen von Mobilgeräten und erreicht eine Abdeckung von über 90 %.

Dynamische Realtime Messung mit hoher Genauigkeit



auch verfügbar:
Mit Simkarten



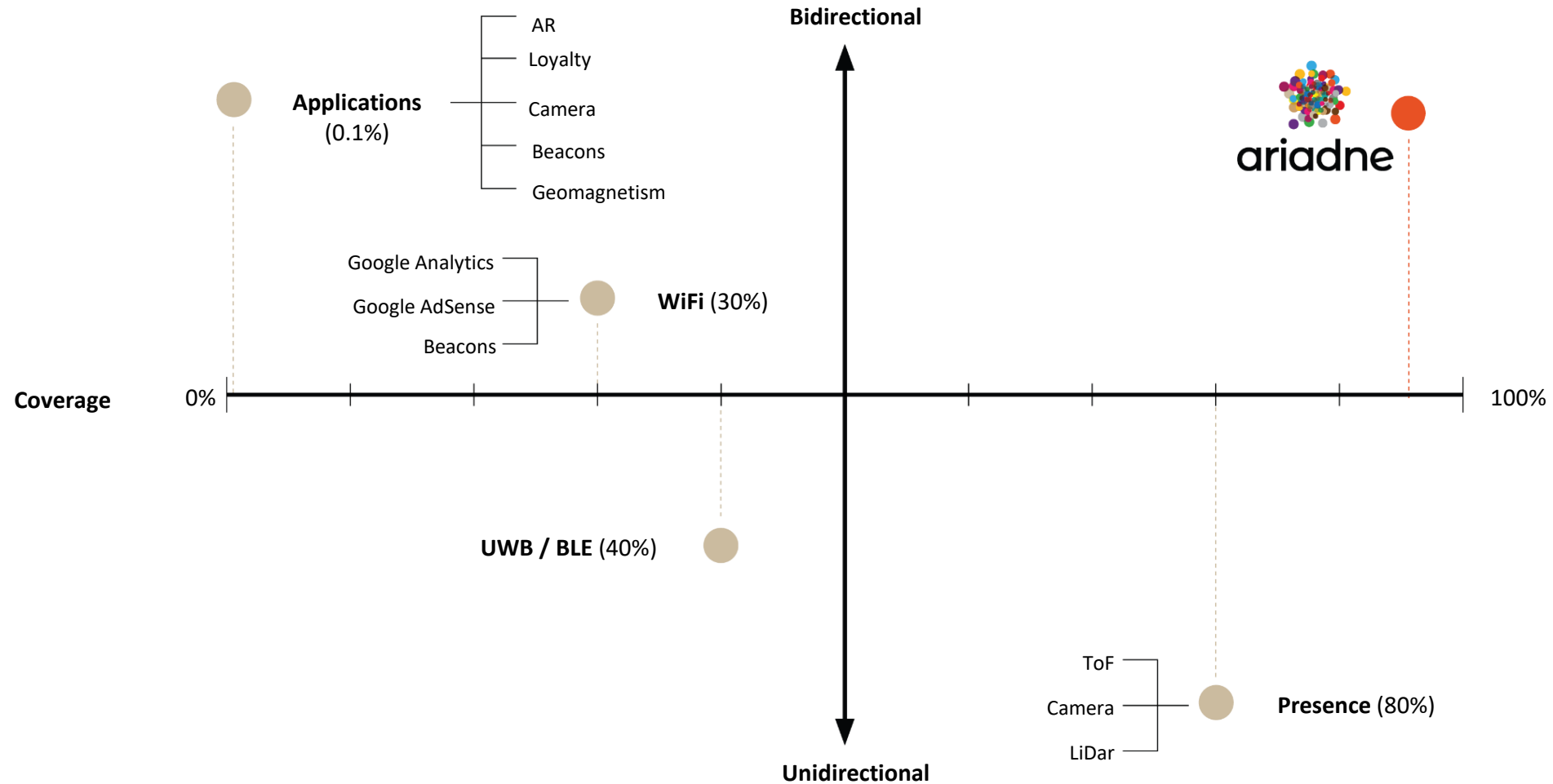
mit wasserdichten
Boxen und Akkus

Smart City Analytics

Vorstellung Ariadne Maps GmbH



Unser USP



Smart City Analytics

Vorstellung Ariadne Maps GmbH



Unsere Verticals

22

Markets

Germany
Italy
Canada
China
Czech Republic
U.A.E
Finland
France
Greece
Hong Kong
Botswana
Poland

Kuwait
Lithuania
Malta
Netherlands
Portugal
Saudi Arabia
Singapore
U.S.A.
Austria
Spain

6

Verticals



Airport



Shopping Center



Hospitality



Retail










Transportation













Smart Cities

Smart City Analytics – aktueller Stand Juni 2024



Stadt	Einwohner
Laufende Projekte:	
 Leverkusen	163.851
 Osnabrück	165.034
 Traunstein	21.551
 Lörrach	49.318
 Prenzlau	18.849
 Singen	48.587
 Stuttgart	634.830

Stadt	Einwohner
Laufende Projekte:	
 Bernau bei Berlin	40.908
 Bernkastel-Kues	6.675
 Waldkirchen*	11.221
 Fellbach	45.430
 Siegburg	42.049
 Bad Nauheim	33.000
 Frankfurt	753.056

Stadt	Einwohner
Laufende Projekte:	
 Bad Homburg	55.955
 Deggendorf	33.585
 Bielefeld	338.410
 Madrid	3.200.000
 Bad Münstereifel	17.568
 Barcelona	1.636.193

Smart City Analytics

CIMA Beratung+Management GmbH

Michael Seidel

Smart City Analytics

Pilotprojekt Waldkirchen - Aufgabenteilung



- Empfang der Daten von den Messgeräten
- Zuordnung zu einzelnen Lagebereichen
- Zuordnung zu Zeiträumen
- Daten-Aggregation
- Bereitstellung von Bewegungsmustern (Area Transitions)
- Darstellung in Karten und Diagrammen
- Zurverfügungstellung in einem Dashboard

- Abruf der Daten aus dem Dashboard
- Auswertung nach Lagebereichen
- Auswertung nach Lagetypen (Nutzungsschwerpunkte)
- Auswertung nach Zeiträumen
- Erstellung von Zeitreihen
- Analyse:
 - Frequenzeffekte von Events
 - Ableitung von Lagequalitäten
 - Lagebeziehungen
- Städtevergleich
- Ableitung von Handlungsempfehlungen

Smart City Analytics

CIMA Beratung + Management GmbH



Unsere Themen

Handel

Stadtplanung

Regionalentwicklung

Marketing

Management

Digitale Stadt

Wirtschaftsförderung

Immobilien

Tourismus

Mobilität

36

Jahre
Erfahrung

110

Mitarbeiter

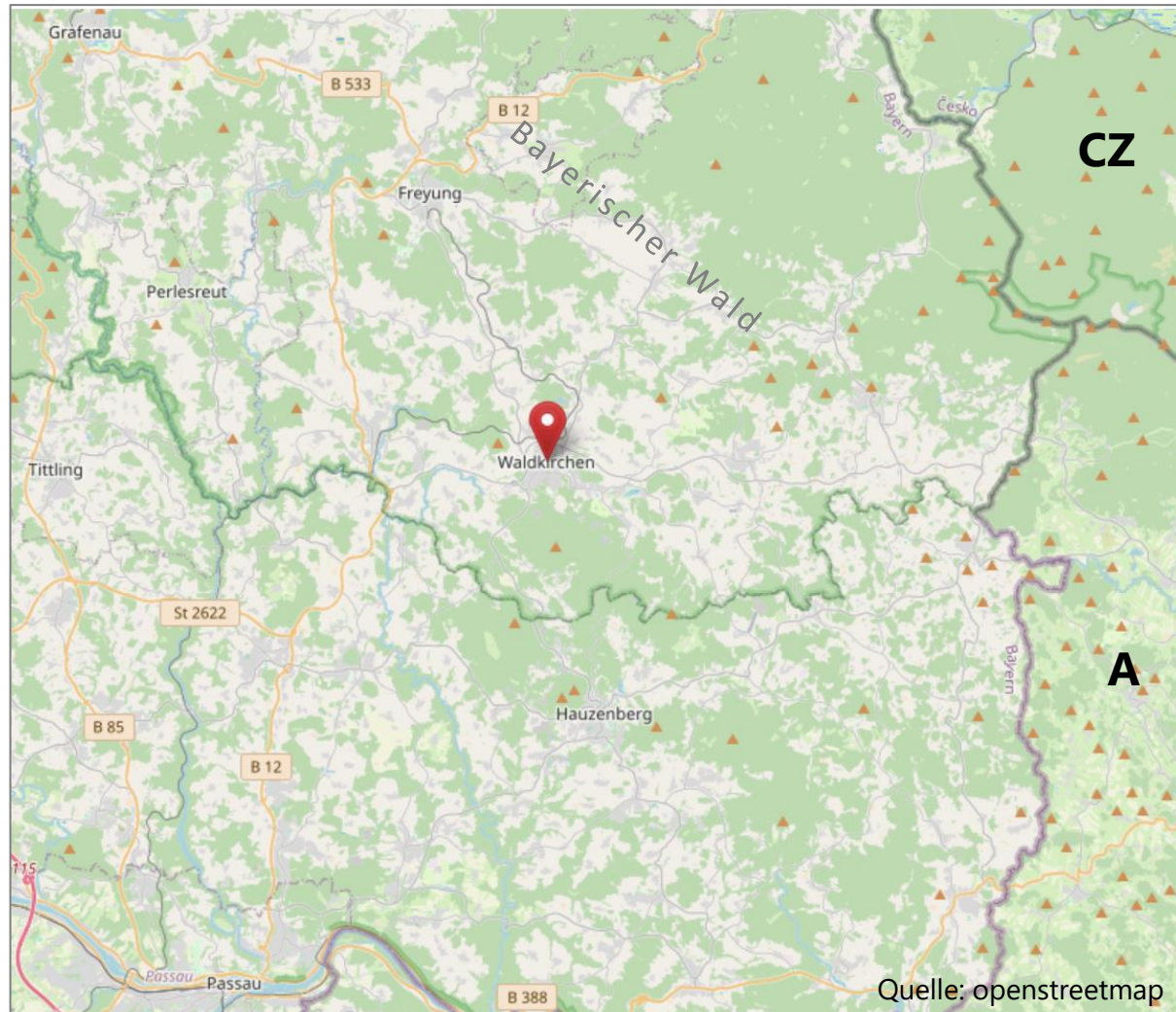
Zwischenergebnisse

1. Halbjahr 2024

Pilotprojekt Waldkirchen

Smart City Analytics

Pilotstadt Waldkirchen



Zentralörtliche Funktion
Einzelhandelszentralität

Gem. Mittelzentrum / 230,7



Einwohnerzahl (2023)
Svpf. Beschäftigte (2021)

11.200 / 3.152



Einzelhandelsumsatz (2023)

159,4 Mio. €



36 innerstädtische
Mess-Standorte



Mess-Zeitraum
07:00 – 22:00 Uhr

Besucherzahlen

April (25 Öffnungstage)

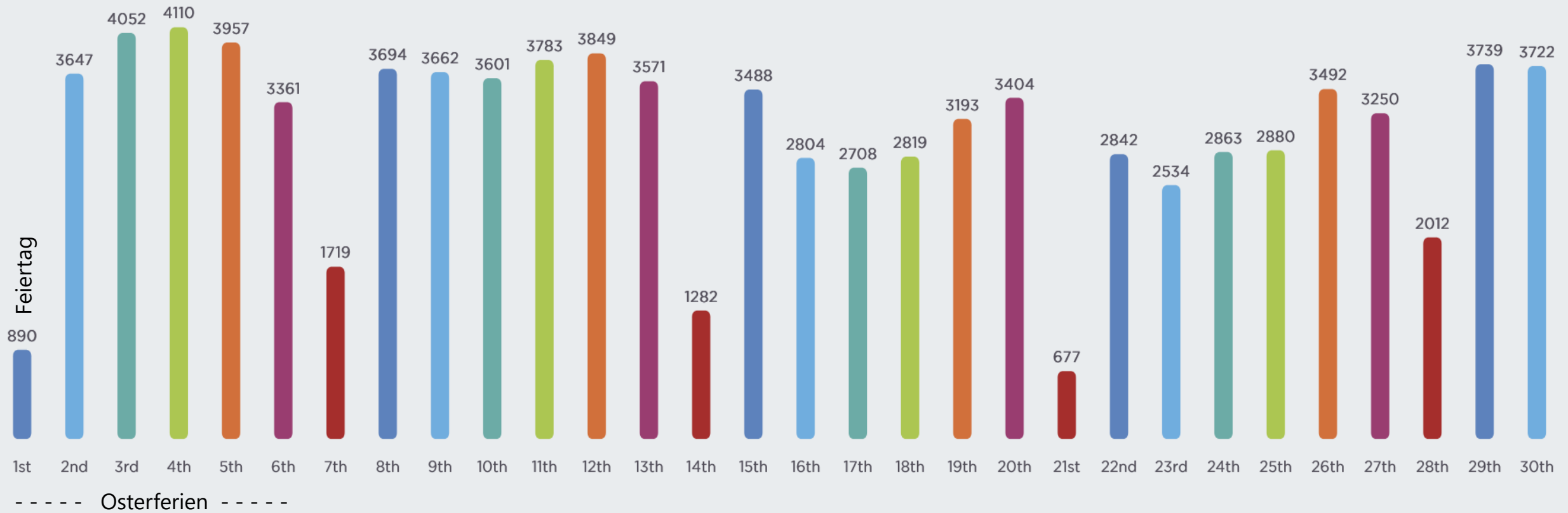


Total visitors by day

91.605 Besucher insgesamt

Ø 3.441 Ø 3.274 Ø 3.306 Ø 3.398 Ø **3.623** Ø 3.397 Ø 1.423*

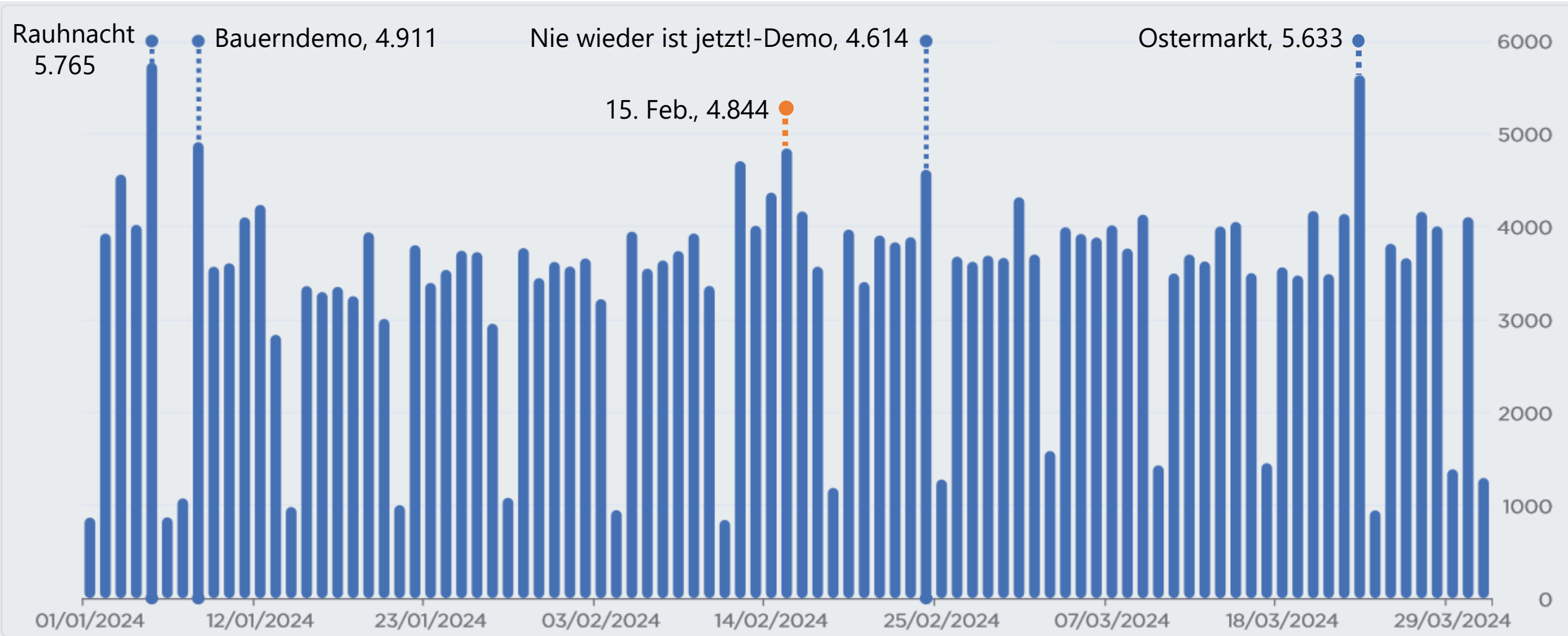
Monday Tuesday Wednesday Thursday Friday Saturday Sunday



* Durchschnittliche Tagesfrequenzen ohne Feiertage

Besucherzahlen

Tagesfrequenzen



Tage mit Veranstaltung*



Veranstaltungsfreie Tage mit höchstem Besucheraufkommen

* Die Besucherzahlen beziehen sich auf die Tagesbesucher und geben nicht die Besucherzahl der jeweiligen Veranstaltung wieder

Wetter



Kältephase In zwei ungewöhnlich kalten Wochen zwischen dem 15. und 28. April lag die Wochenfrequenz rd. **17%** unter der bis dahin bestehenden Besucherzahl pro Woche.

Events



Ostermarkt und Mega-Shopping Die Kombination aus traditionellem Ostermarkt und Mega-Shopping-Samstag mit diversen Aktionen in den Geschäften am 23.3. hat zu einer Tages-Besucherzahl geführt, die **71%** über den sonstigen Samstagen des ersten Halbjahres lag.

Kräuter Kirta und eine Mountainbike-Veranstaltung haben am 28. April für das höchste Besuchsaufkommen eines Sonntags geführt, das **78%** über der durchschnittlichen Sonntagsfrequenz des 1. Halbjahres lag.

Ringmauerfest Am 30. Mai, dem Fronleichnams-Feiertag, fand das diesjährige Ringmauerfest statt. Die Zahl der Besucher lag um **58%** über der durchschnittlichen Feiertagsfrequenz des 1. Halbjahres.

Closed



Feiertage, an denen die Einzelhandelsbetriebe geschlossen sind, weisen nur **rd. 33%** der üblichen Tagesfrequenz auf.

Sonntage weisen eine nur geringfügig höhere Frequenz auf, die bei **rd. 41%** des üblichen Besucheraufkommens liegt.

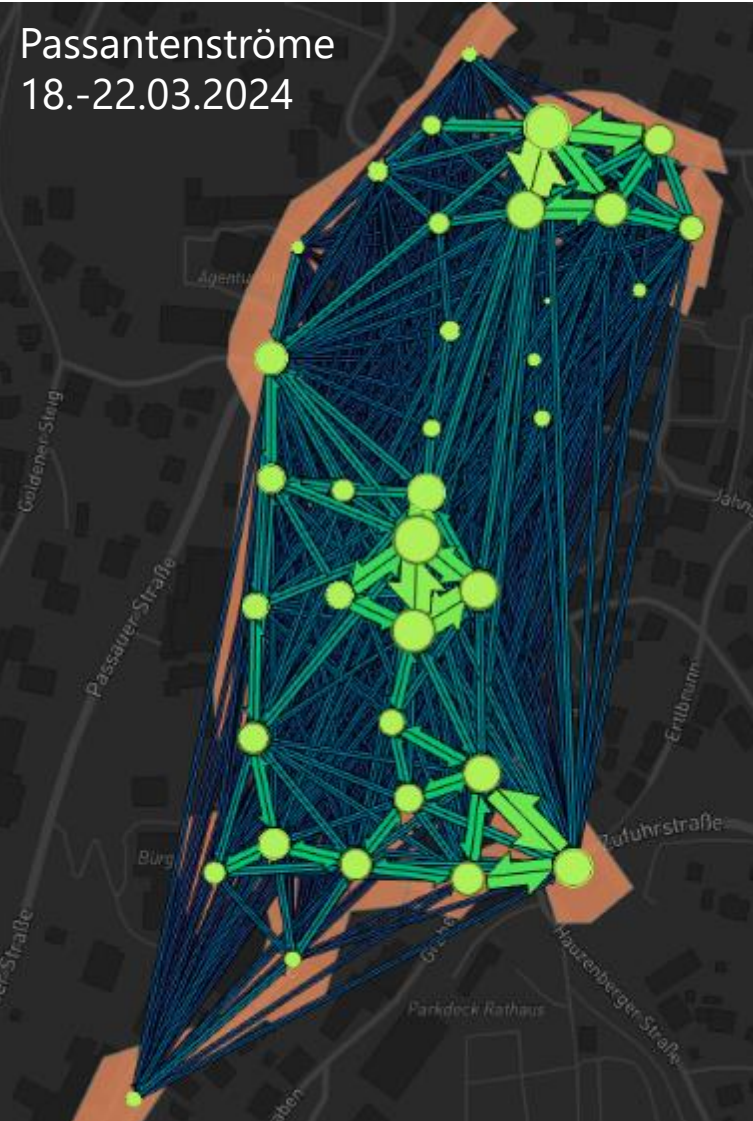


Einzelhandelsgeschäfte und Stadtmarketing-Aktivitäten prägen die Innenstadt-Attraktivität.



Passantenströme

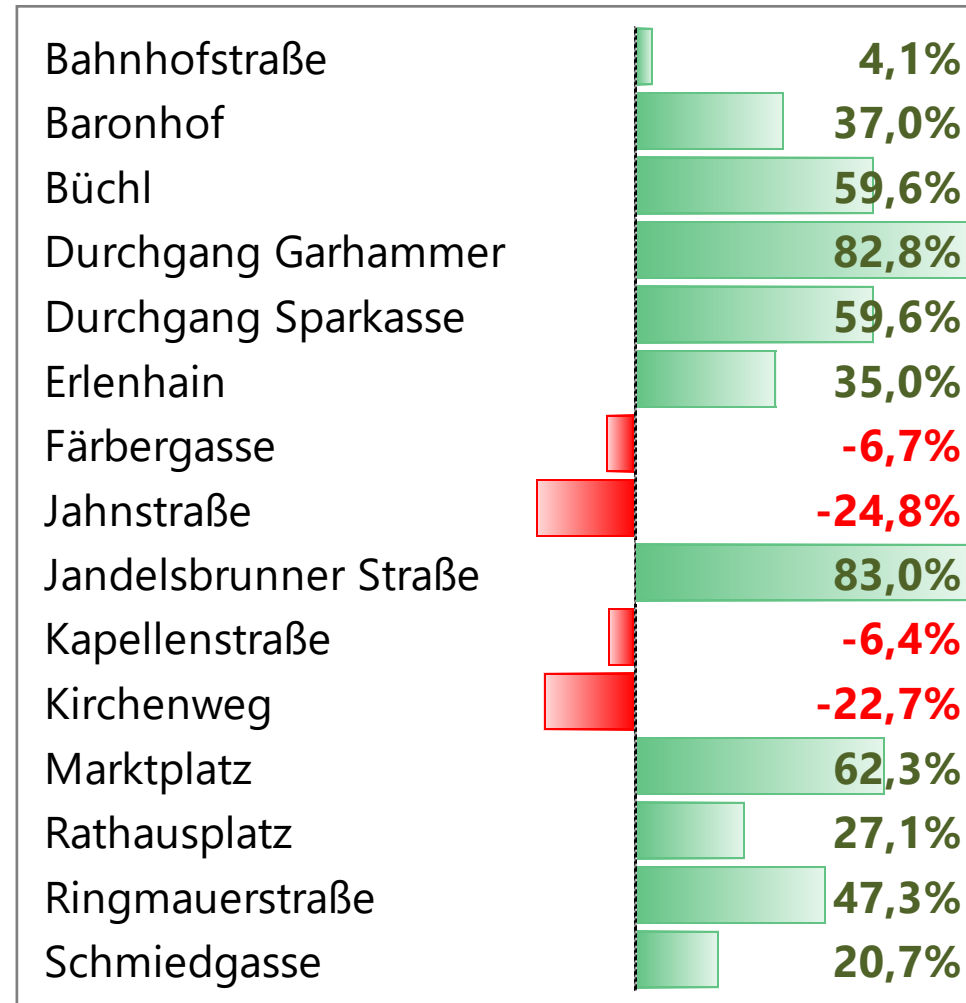
Im Vergleich zu „normalen“ Wochentagen bewirkte der Ostermarkt eine hohe Besucherkonzentration und geringeren Passantenaustausch.





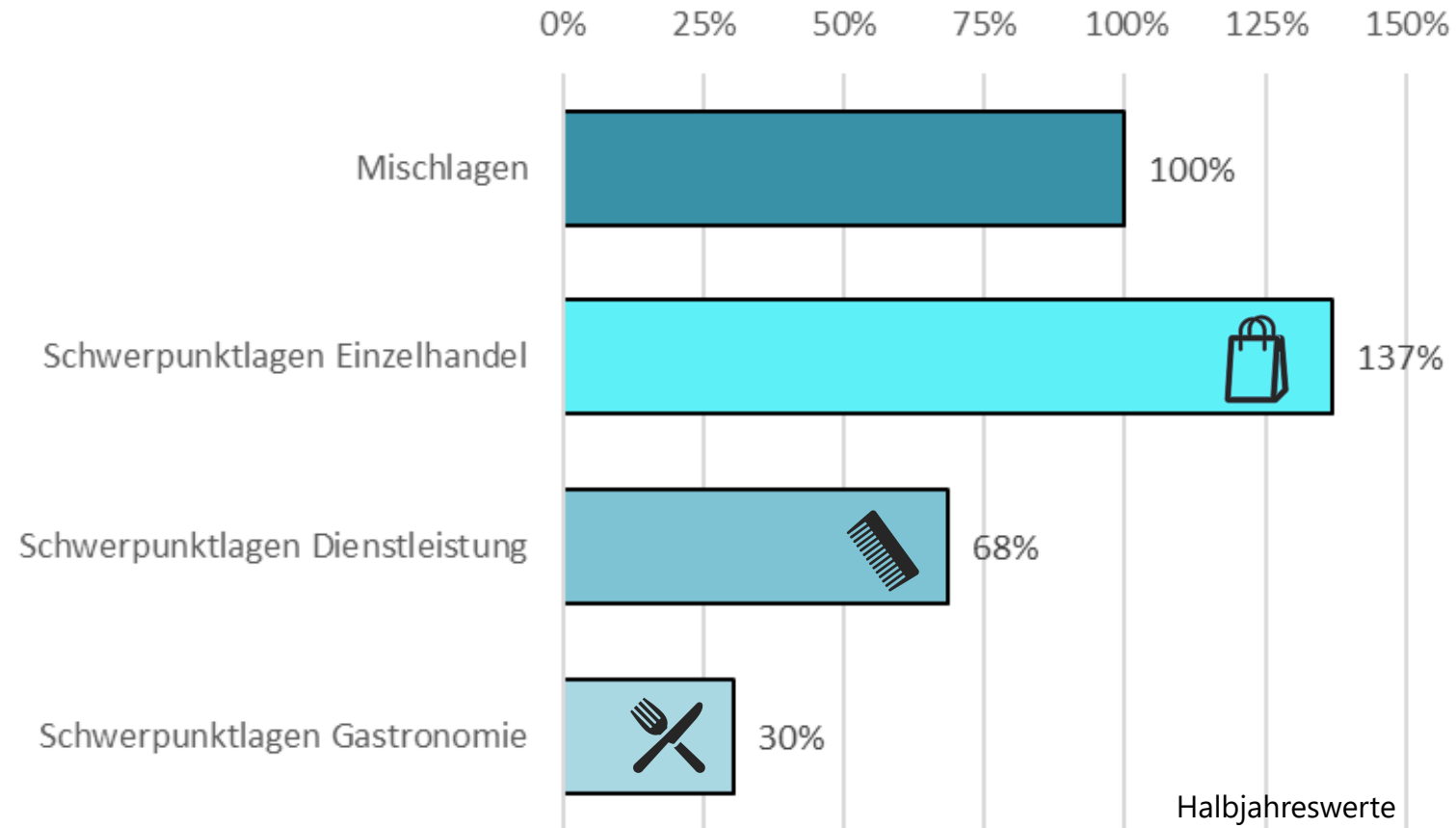
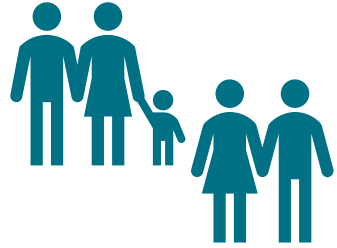
Besuchszahlen-Entwicklung

Trotz dieser Besucherkonzentration sind die Besuchszahlen im Vergleich zum vorhergehenden Samstag an nahezu allen Standorten der Innenstadt gestiegen.



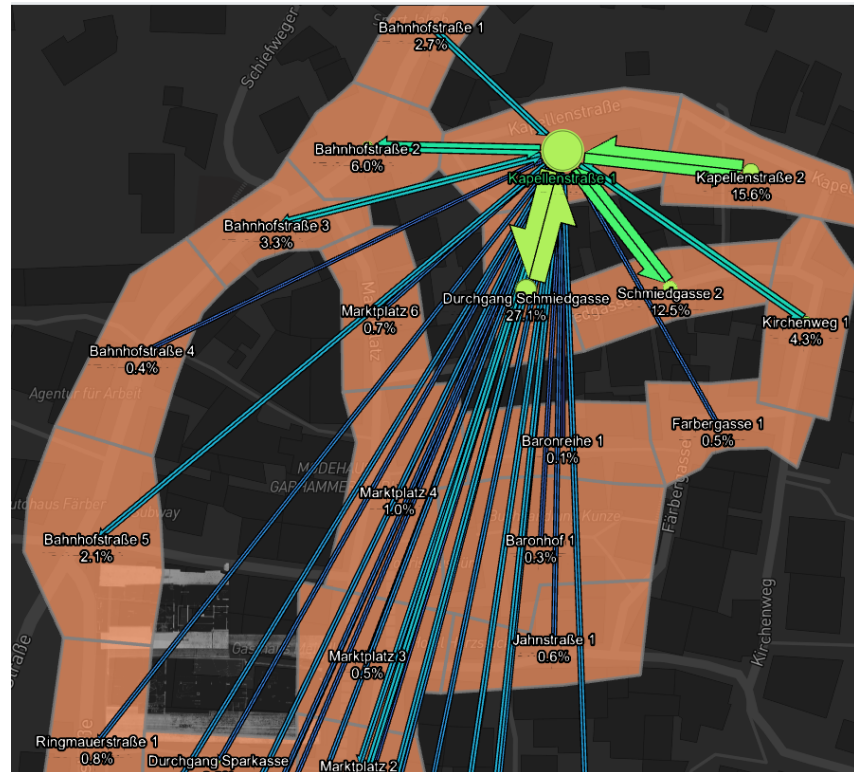
Besucheraufkommen

Anteile der Besucherzahlen nach Nutzungsschwerpunkten



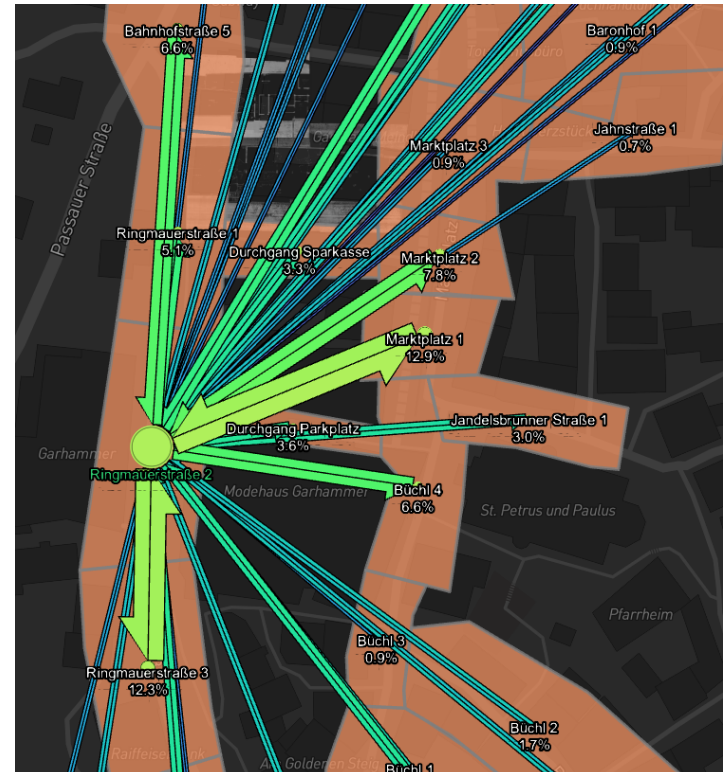
Inflows/Outflows innerstädtischer Parkplätze

Busbahnhof und TG Kapellenstraße



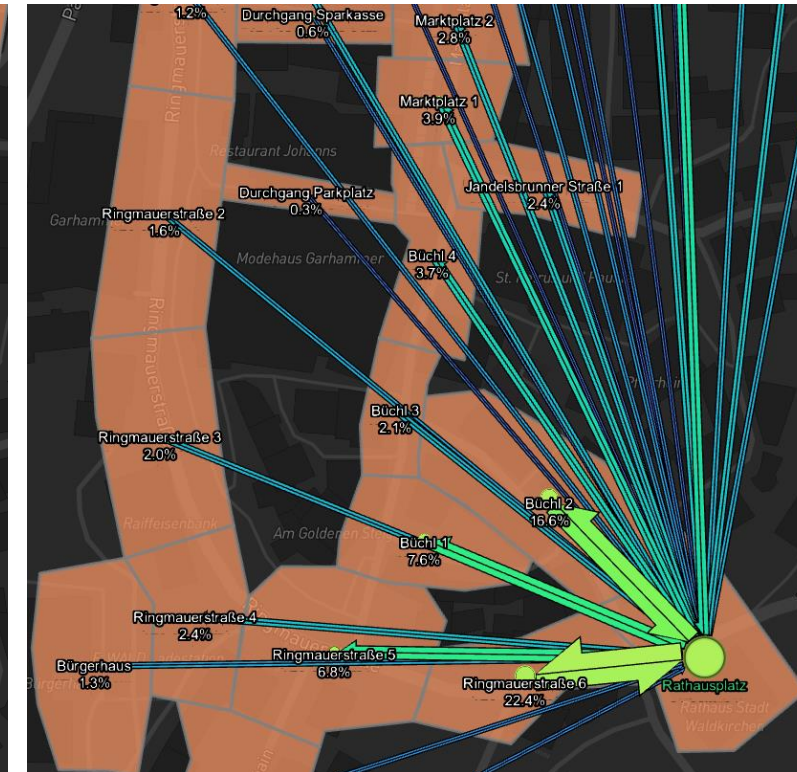
- ✓ Gering ausgeprägte Verflechtungen
- ✓ Überwiegend lokale Frequenzwirkung
- ✓ Einheitstarif 70ct/h

Parkhaus Garhammer



- ✓ Umfangreiche Verflechtungen
- ✓ Ausgeprägte Frequenzwirkung
- ✓ Modern, attraktiv und Kfz-freundlich
- ✓ Modehaus-Kunden parken gratis

Büchl-Parkdeck Rathaus



- ✓ Durchschnittl. ausgeprägte Verflechtungen
- ✓ Mittlere Frequenzwirkung
- ✓ Einheitstarif 70ct/h

Besucherverhalten

Besuchszeiten im Tagesvergleich



Hauptbesuchszeiten



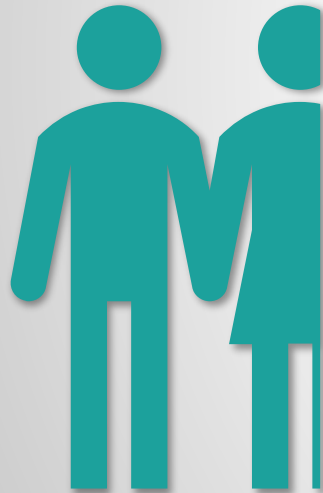
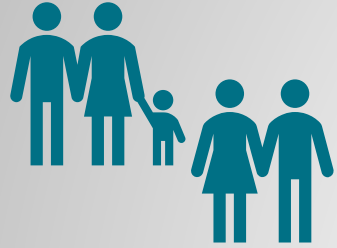
- ✓ Kundenorientierte Nutzungen
- ✓ Behörden, Büros
- ✓ Schulen, Kindergärten

- ✓ Kundenorientierte Nutzungen
- ✓ Büros

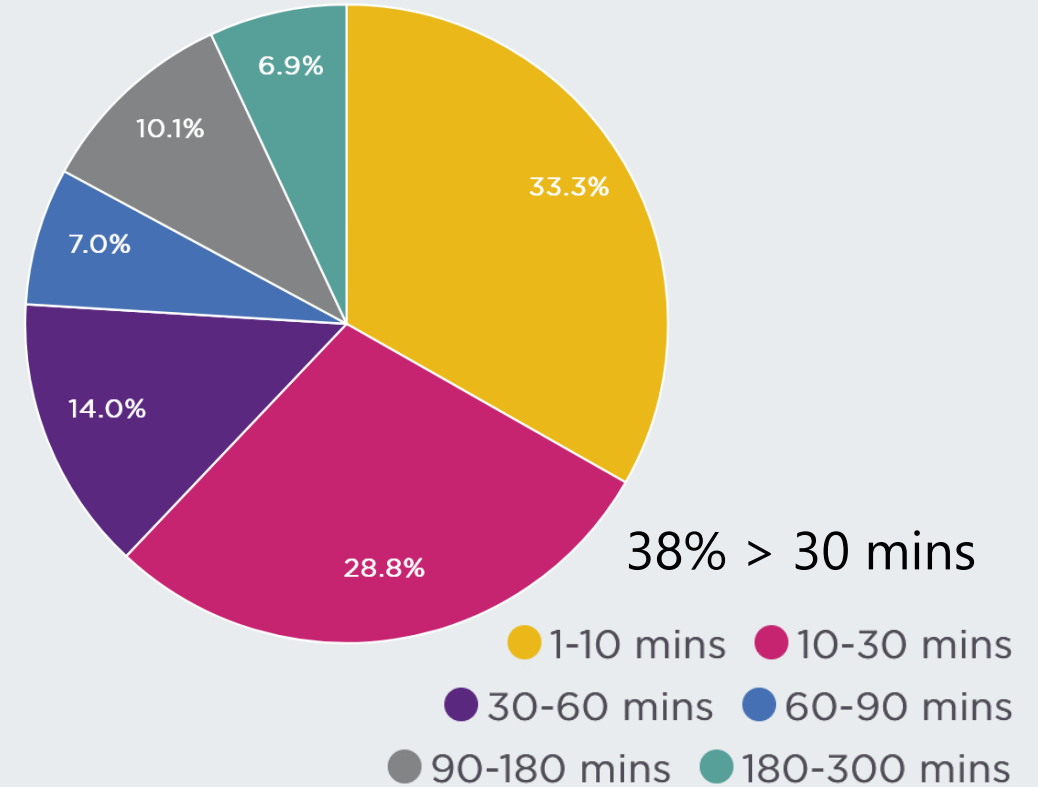
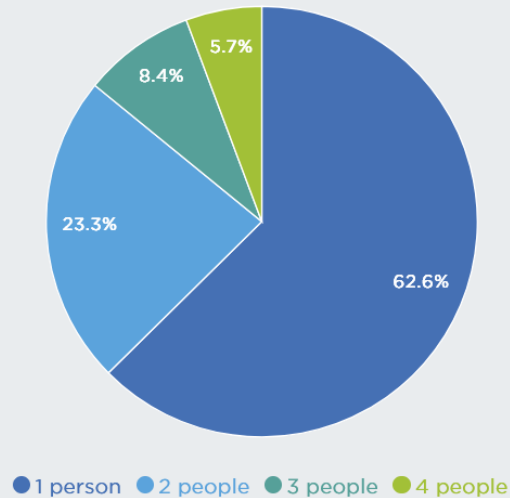
- ✓ Gastronomie

Besucherverhalten

Aufenthaltsdauer und Gruppengröße



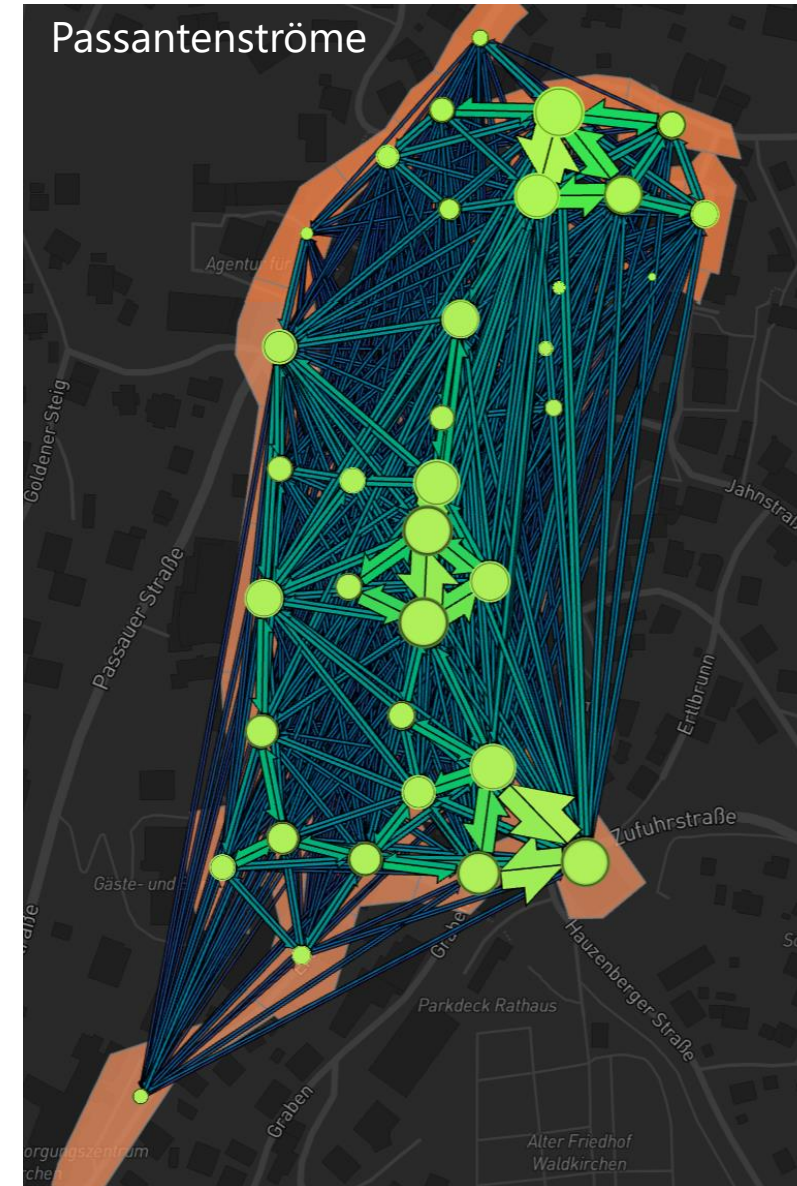
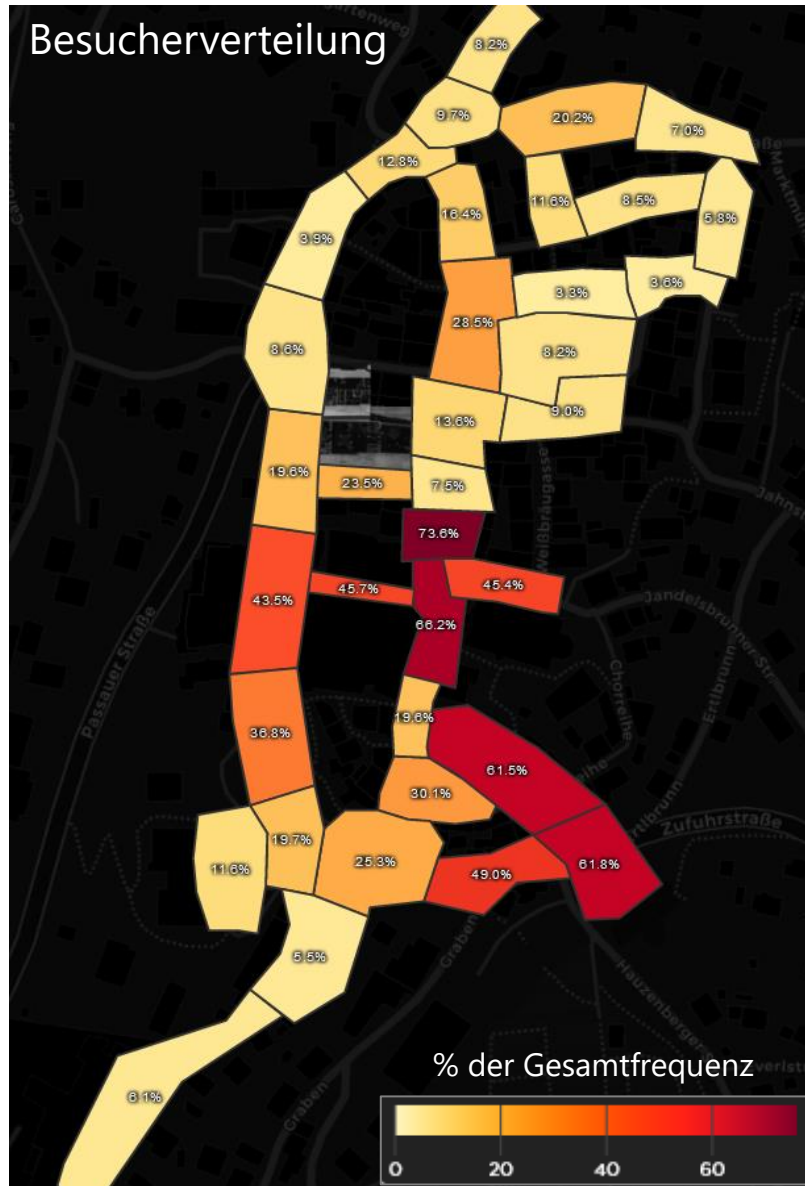
Ø **1,6 Personen**
min. 1,3 – max. 1,7



Halbjahreswerte

Smart City Analytics

Besucherverteilung und -bewegung



Smart City Analyse

Nutzen für Stadt und City-Management



Kenntnis der

- **frequenzstärksten Wochentage**
- **frequenzstärksten Lagen**
- **gesamtinnerstädtisch frequenzwirksamsten Lagen/Betriebe**
- **Verortung von Besuchsströmen (Customer Journey)**
- **wesentlichen Touchpoints**
- **Ankunfts- und Aufenthaltszeiten**
- **generellen Frequenzentwicklung**
- **Frequenzeffekte von Events (Erfolgskontrolle)**
- **Werbewirkung von Kampagnen**

Smart City Analyse in Ihrer Stadt



Vorbereitende Schritte

- **Start-Workshop**

Informationen zu Messtechnik, Datenschutz etc.

Abstimmung der ortsspezifischen Fragestellungen

Festlegung des Untersuchungsraums (Innenstadt)

Abstimmung möglicher Mess-Standorte

- **Umsetzungs-Workshop**

Klärung Mitwirkungsbereitschaft der Immobilienbesitzenden

Wie erfolgt Erhebung der kundenorientierten Nutzungen im Untersuchungsraum?

Wer übernimmt die Installation (Elektrofirma, Bauhof)?

Wer wird AnsprechpartnerIn bei Stadt oder City-Management/Werbegemeinschaft?

Wer übernimmt die laufende Aufbereitung und Interpretation der Daten?

- **Formulierung der Anforderungen und Angebotseinholung**

Gelegenheit für Ihre Fragen

Weitere Informationen zum Projekt:
smartcityanalytics.cima.de



Bildquelle: cima

DANKE

Gefördert durch: **Rid** | Stiftung **G** **stadt waldkirchen**

Handelsverband Bayern HBE

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



www.cima.de

www.cimadigital.de

www.ariadne.inc