



DSSW-Arbeitshilfe

Wirtschaftliche Entwicklung von Kleinstädten – Pilotstadt Ilsenburg

Handlungsschwerpunkte: Branchenmix, Sortimentsstruktur, Servicedienstleistungen

Dr. Michael Frehn, Planersocietät
Dipl.-Geogr. Birte Lindstädt, IfH

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft
im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau
und Raumordnung e. V.

DSSW-Arbeitshilfe
Wirtschaftliche Entwicklung von Kleinstädten – Pilotstadt Ilsenburg
Handlungsschwerpunkte: Branchenmix, Sortimentsstruktur,
Servicedienstleistungen
DSSW-Materialien, Berlin 2007

Herausgeber
(Alle Rechte vorbehalten)

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) im
Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V.
Nollendorfplatz 3-4, 10777 Berlin
T +49-30-24-34-600
F +49-30-24-34-6015
E info@dssw.de
I www.dssw.de

Bearbeitung/Redaktion

Institut für Handelsforschung (IfH)
Dipl.-Geogr. Birte Lindstädt
Dürener Straße 401b, 50858 Köln
T +49-221-943607-10
F +49-221-943607-99
E b.lindstaedt@ifhkoeln.de

Planersocietät – Stadtplanung, Verkehrsplanung, Forschung
Dr. Michael Frehn
Chemnitzer Str. 38-40, 44139 Dortmund
T +49-231-589696-10
F +49-231-589696-18
E frehn@planersocietaet.de

Bearbeitung im DSSW

Susann Liepe, Markus Dirscherl

Das DSSW ist eine Beratungs- und Forschungseinrichtung für die Erarbeitung von innovativen Handlungsmöglichkeiten zur Innenstadtentwicklung. Es arbeitet unter dem Dach des Deutschen Verbandes für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. und wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie finanziert.

Inhaltsverzeichnis

1. PROJEKTIDEE UND VORGEHENSWEISE.....	4
2. SITUATIONSANALYSE	6
2.1 ALLGEMEINE RAHMENBEDINGUNGEN DES EINZELHANDELS IN DER INNENSTADT VON ILSENBURG	6
2.1.1 Zentralörtliche Funktion	6
2.1.2 Abgrenzung der Innenstadt	7
2.2 NACHFRAGEORIENTIERTE RAHMENBEDINGUNGEN DES EINZELHANDELS.....	8
2.2.1 Einzugsgebiet	8
2.2.2 Bevölkerungsstruktur und –entwicklung	9
2.2.3 Kaufkraftpotenzial.....	10
2.2.4 Touristen als Zielgruppe des Einzelhandels	11
2.2.5 Zielgruppen des Einzelhandels in Ilseburg.....	13
2.3 Angebotsstrukturen des innerstädtischen Einzelhandels in Ilseburg.....	14
2.3.1 Nutzungsstruktur der Innenstadt Ilseburg.....	14
2.3.2 Einzelhandelsangebote in der Innenstadt.....	16
2.4 STÄRKEN-SCHWÄCHEN-ANALYSE	19
3. HANDLUNGS- UND UMSETZUNGSKONZEPT	20
3.1 HANDLUNGSFELD: BRANCHENMIX, SORTIMENTSSTRUKTUR, SERVICEDIENSTLEISTUNGEN	20
3.1.1 Grundlagen der Branchenmixanalyse	20
3.1.2 Branchenmixanalyse	25
3.1.3 Branchenübergreifende Maßnahmen	31
3.1.4 Einzelbetriebliche Beratungen	33
3.2 EINBINDUNG VON IMMOBILIENEIGENTÜMERN	36
3.3 NUTZUNG DES BAHNHOFGEBÄUDES	39
3.4 KOOPERATION DER GEWERBETREIBENDEN	42
4. DOKUMENTATION DER PROJEKT-WERKSTÄTTEN	44
4.1 1. PROJEKT-WERKSTATT (26.10.07)	44
4.2 2. PROJEKT-WERKSTATT (21.11.07)	45
5. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK.....	47

Anhang

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Vorgehen	5
Abbildung 2:	Abgrenzung der Innenstadt Ilsenburg	7
Abbildung 3:	Einzugsgebiet von Ilsenburg	8
Abbildung 4:	Bevölkerungsstruktur in Ilsenburg und Vergleichsstädten	9
Abbildung 5:	Altersstrukturentwicklung 2003-2020 in Ilsenburg und Vergleichsstädten	10
Abbildung 6:	Kaufkraft in Ilsenburg und Vergleichsstädten	11
Abbildung 7:	Ausgaben der Übernachtungsgäste (Ostharz) pro Tag in Euro	12
Abbildung 8:	Ausgaben der Tagesgäste (Ostharz) pro Tag in Euro	13
Abbildung 9:	Nutzungsstruktur der Innenstadt Ilsenburg	15
Abbildung 10:	Einzelhandelsangebot in der Innenstadt Ilsenburg	17
Abbildung 11:	Beispiel für ein Textilgeschäft	18
Abbildung 12:	Stärken-Schwächen-Analyse	19
Abbildung 13:	Tourismusorientierter Einzelhandel	22
Abbildung 14:	Beispiele für Nutzungskopplungen	24
Abbildung 15:	Bewertungsmatrix zur Branchenanalyse	26
Abbildung 16:	Einzelhandel-Bestandspportfolio für Ilsenburg	28
Abbildung 17:	Beispiele für Nutzungskopplungen von Buchhandlungen	30
Abbildung 18:	Leerstände in der Ilsenburger Innenstadt	37

1. Projektidee und Vorgehensweise

Die Innenstadtentwicklung in ostdeutschen Kleinstädten ist durch schwierige Rahmenbedingungen geprägt: Die demographische Entwicklung, die Abwanderung gerade der jüngeren Bevölkerung, das Wegbrechen von bisherigen Frequenzbringern sowie der schleichende Schließungsprozess von unrentablen Geschäften und Nutzungen stellen die bisherige Versorgungsfunktion der Kleinstädte in Frage. Zudem haben gerade die Innenstädte von Klein- und Mittelstädten häufig unter dem Überbesatz an Verkaufsfläche zu leiden: Sie werden regelrecht „zerrieben“ zwischen der Konkurrenz der Einkaufszentren auf der Grünen Wiese sowie den inzwischen revitalisierten Innenstädten der Ober- und Mittelzentren. Frequenzbringer fehlen oder brechen weg und neue Ansiedlungsprojekte sind kaum vorhanden. Dennoch übernehmen Kleinstädte gerade in ländlichen Regionen eine wichtige Zentrenfunktion.

Das DSSW hat in den letzten Jahren vielfältige Handlungsansätze zur Entwicklung von Innenstädten erarbeitet. Diese Handlungsansätze sind je nach Ausrichtung des Themas auch für Kleinstädte gültig. Die aufgezeigten Ansätze entbinden die Akteure vor Ort jedoch nicht davon, Analysen der Ausgangssituation vorzunehmen und die konkreten, lokal anwendbaren Lösungsmöglichkeiten aus den aufgezeigten Handlungsperspektiven herauszufiltern. Den Akteuren vor Ort fehlt es allerdings häufig an den notwendigen finanziellen und personellen Ressourcen, diesem negativen Innenstadtentwicklungsprozess wirkungsvoll entgegenzutreten. Gleichzeitig sind neue, von außen vorgebrachte Konzeptideen erforderlich, um eine gewisse Impulswirkung erzielen zu können. Häufig fehlt es einfach nur an Motivation und Ideen, um die eigenen Potenziale besser nutzen zu können und konkrete Handlungsschritte zu vereinbaren.

Hier setzt das Pilotprojekt des DSSW „Innenstadtbelebung durch wirtschaftliche Entwicklung in Kleinstädten“ an. Es geht vor allem darum, aus den insgesamt neun ausgewählten Pilotstädten übertragbare Ansätze auch für andere Kleinstädte zu finden. Unter anderem sind in einem Handlungsleitfaden typische Problemstellungen und Handlungsansätze sowie Verfahrenshinweise erarbeitet worden. In vier ostdeutschen Pilotstädten sind in der Arbeitsgemeinschaft, bestehend aus dem Institut für Handelsforschung (IfH) und der Planersocietät, durch moderierte Werkstattverfahren und in Zusammenarbeit mit den Akteuren vor Ort stadtindividuelle Handlungsansätze zur Belebung der Kleinstadt erarbeitet worden. Grundlage war ein „Blick von außen“, eine Stärken-Schwächen-Analyse sowie die konkrete Ableitung von Handlungsfeldern und Impulsprojekten, die dann gemeinsam angegangen wurden.

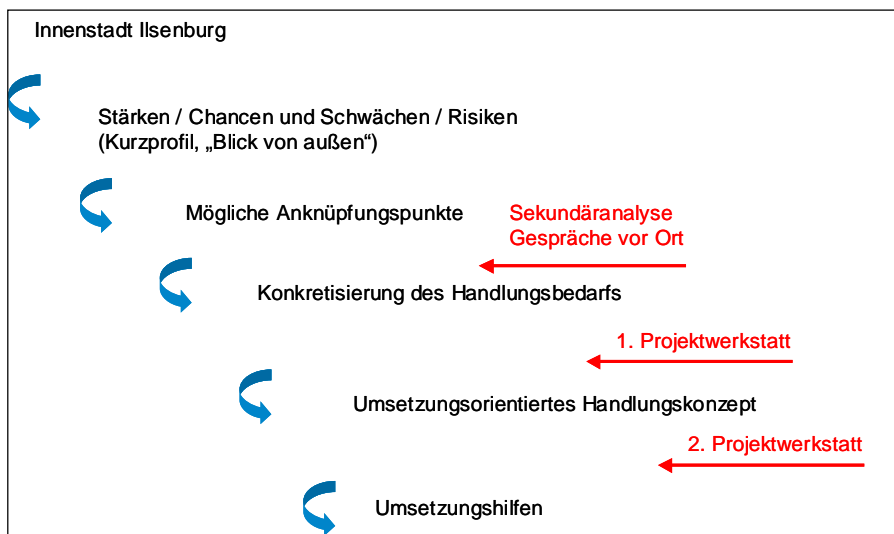


Abb. 1: Vorgehen

Der vorliegende Band stellt die Dokumentation für die Stadt Ilseburg (Sachsen-Anhalt) dar. Wie in vielen vergleichbaren Kleinstädten sind auch in Ilseburg typische Problemfelder (z. B. wegbrechender Facheinzelhandel, Branchenmix-Lücken, Konkurrenzstandorte des Einzelhandels in dezentralen Lagen) erkennbar, die nachfolgend aufgezeigt werden sollen. Auch hier wurden aufbauend auf eine ortsspezifische Analyse Entwicklungschancen und -restriktionen heraus gearbeitet und mit Hilfe von Gesprächen mit Akteure vor Ort sowie in zwei Werkstätten Handlungsfelder und konkrete umsetzungsorientierte Empfehlungen erarbeitet.

2. Situationsanalyse

Zur Untersuchung der Stärken bzw. Entwicklungspotenziale sowie der Schwächen bzw. Restriktionen in Ilsenburg sind Analysen auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen durchgeführt worden. Eine Einordnung der ortsspezifischen Situation basiert somit auf der regionalen Einbindung von Ilsenburg sowie auf der Untersuchung des lokalen Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebesatzes.

Die lokale Analyse gründet sich maßgeblich auf Vor-Ort-Begehungen, Kartierung und Gespräche mit relevanten Akteuren, die in den Innenstadtentwicklungsprozess eingebunden sind (notwendige Gespräch mit Stadtverwaltung, Tourismus GmbH, Innenstadthändler). Mit dem Bürgermeister, verschiedenen Innenstadt-Händlern und dem Geschäftsführer der Tourismus GmbH wurden Gespräche geführt, um eine Analysebasis zu erhalten.

Im Folgenden werden die innenstadt- und insbesondere die einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen dargestellt. Die Darstellung gliedert sich in einen allgemeinen Teil sowie die Betrachtung der Nachfrager- und Angebotsseite.

2.1 Allgemeine Rahmenbedingungen des Einzelhandels in der Innenstadt von Ilsenburg

2.1.1 Zentralörtliche Funktion

Ilsenburg ist Grundzentrum mit Einrichtungen der überörtlichen Grundversorgung und hat rund 6.400 Einwohner. Im neuen regionalen Entwicklungsplan für die Planungsregion Harz wird die Einstufung als Grundzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums angestrebt. Dies begründet sich aus der überörtlichen Bedeutung als industrieller Standort sowie anderer überörtlich bedeutsamen Einrichtungen wie der Harzlandhalle.

Die Unterscheidung der zentralörtlichen Funktion erfolgt in der Regionalplanung folgendermaßen:

- Unterzentren (Grund- oder Kleinzentren) dienen der Deckung der "Grundversorgung" (insbesondere des kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfs, z. B. Lebensmittel), TÄGLICH
- Mittelzentren dienen der Deckung der "Grundversorgung" und des mittelfristigen bzw. "gehobenen" Bedarfs (z. B. Bekleidung, Schuhe), PERIODISCH
- Oberzentren dienen der Deckung der "Grundversorgung", des langfristigen, d. h. "gehobenen" sowie des "spezialisierten, höheren" Bedarfs (z. B. orthopädischer Bedarf, Möbel). EPISODISCH

Ilsenburg erfüllt seine Funktion als Grundzentrum in einer Verwaltungsgemeinschaft mit den Gemeinden Drübeck und Darlingerode.

2.1.2 Abgrenzung der Innenstadt

Der zu betrachtende Bereich der Innenstadt, der für den Einzelhandel relevant ist, umfasst die Marienhöfer Straße, den Marktplatz und die Rudolf-Breitscheid-Straße. Hier findet man kleinteiligen Facheinzelhandel. Filialbetriebe sind nicht vorhanden, Franchising-Betriebe (z. B. Quick-Schuh) bilden die Ausnahme. Diese Abgrenzung ergibt sich aus der Dichte des Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbesatzes sowie der vorhandenen Bebauung des Altstadt-kerns.

In dezentraler Lage, aber teilweise noch innenstadtnah (Lidl, Kik), finden sich überwiegend Einzelhandelseinrichtungen für den täglichen Bedarf in Form von Filialisten, insbesondere Discounter. An der Veckenstedter Straße hat sich mit Aldi, Edeka, Ernstings Family und einem Blumenladen ein kleines Nahversorgungszentrum gebildet.

Abb. 2: Abgrenzung der Innenstadt Ilsenburg



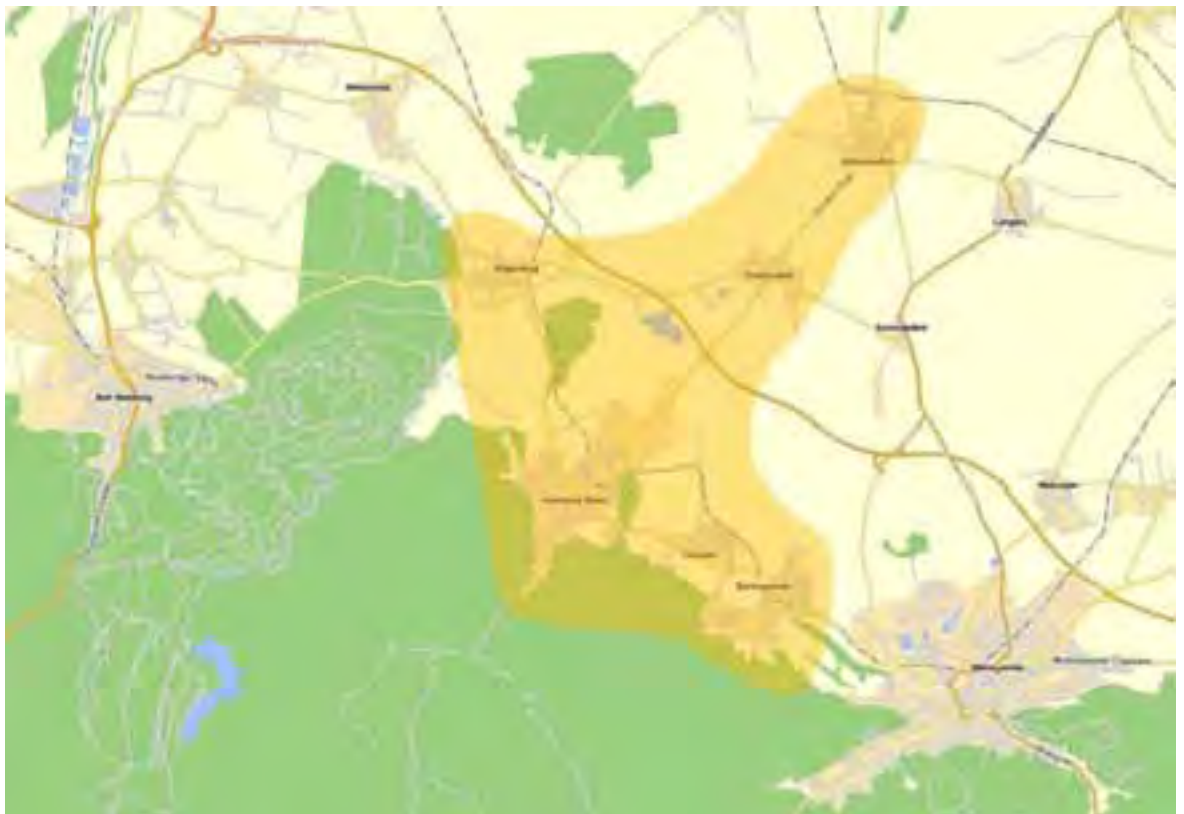
2.2 Nachfrageorientierte Rahmenbedingungen des Einzelhandels

2.2.1 Einzugsgebiet

Unter Berücksichtigung der nächstgelegenen Konkurrenzstandorte Wernigerode (34.600 Einwohner) und Bad Harzburg (22.900 Einwohner) erstreckt sich das Einzugsgebiet von Ilsenburg auf die umliegenden Wohngemeinden. Im Einzugsgebiet leben rund 14.500 Einwohner. Als Abgrenzungskriterium diene hier in erster Linie die Nähe zu den Konkurrenzstandorten und die zu überbrückende PKW-Fahrzeit von max. 15 min.

Neben der Wohnbevölkerung müssen auch die in Ilsenburg Arbeitenden als potenzielle Kunden für den Einzelhandel in die Betrachtung einbezogen werden. Mit einem Anteil von über 61 % an den Beschäftigten stellt der sog. 2. Sektor (Industrie, produzierendes Gewerbe) einen bemerkenswert hohen Anteil (38 % Dienstleistungen, < 1 % Land- und Forstwirtschaft). Thyssen Krupp Presta und die Salzgitter AG sind hierbei zwei der größten Arbeitgeber. Insgesamt waren in Ilsenburg zum 31.12.05 2.387 sozialversicherungspflichtig Versicherte gemeldet.

Abb. 3: Einzugsgebiet von Ilsenburg



2.2.2 Bevölkerungsstruktur und -entwicklung

Die Wohnbevölkerung in Ilsenburg als eine wichtige Zielgruppe des Einzelhandels hat von 1996-2003 um 5,5 % abgenommen. Die Prognose bis 2020 sieht nochmals einen Rückgang der Bevölkerung in ähnlicher Größenordnung (-5,3 %). In den Konkurrenzstandorten Wernigerode und Bad Harzburg hat bzw. wird sich eine ähnliche Bevölkerungsentwicklung einstellen, allerdings auf einem etwas niedrigeren Niveau. In Halberstadt (40.000 Einwohner) dagegen stellt sich die bisherige und künftige Bevölkerungsentwicklung noch negativer dar. Dort rechnet man bis zum Jahre 2020 mit einem weiteren Bevölkerungsrückgang von 11,7 %.

Wie im bundesweiten Trend wird sich auch die Altersstruktur in Ilsenburg und den Vergleichsstädten in Zukunft hin zu einer älteren Bevölkerungsstruktur entwickeln. Das durchschnittliche Alter wird sich von 2003 bis 2020 in Ilsenburg um rund 5 Jahre erhöhen, die Vergleichsstädte liegen 1 - 2 Jahre darüber oder darunter. Das bedeutet wiederum, dass der Anteil der über 60-Jährigen bis 79-Jährigen bzw. über 80-Jährigen deutlich zunehmen wird, während der Anteil der unter 18-Jährigen sinkt.

Die skizzierten Daten sind in der folgenden Tabelle nochmals zusammengefasst.

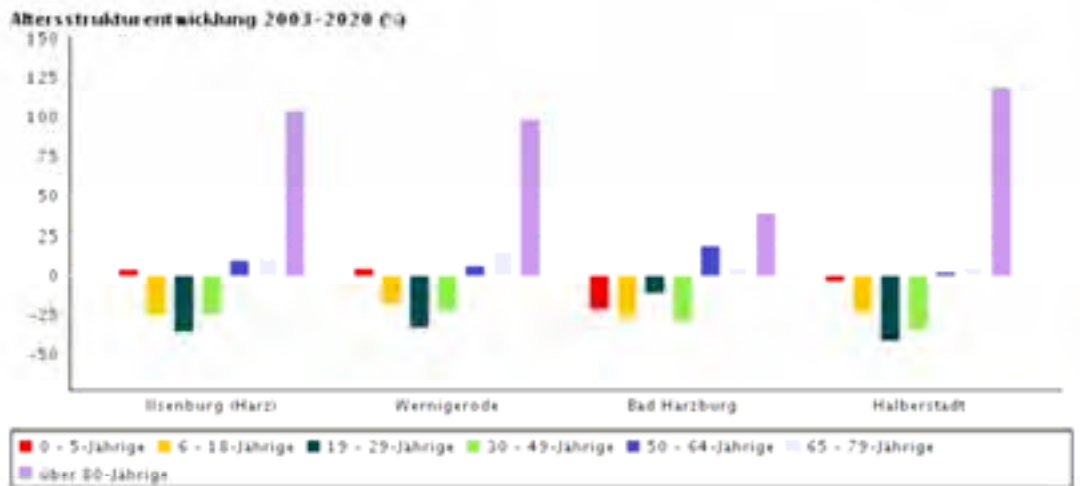
Abb. 4: Bevölkerungsstruktur in Ilsenburg und Vergleichsstädten

	Ilsenburg (Harz)	Wernigerode	Bad Harzburg	Halberstadt
Bevölkerung 1996-2003 (%)	-5,5	-2,5	-1,9	-6,9
Bevölkerung 2003-2020 (%)	-5,3	-4,4	-3,6	-11,7
Frauenanteil an den 20 bis 34-Jährigen (%)	46,6	48,2	50	47,3
Fertilitätsindex (%)	-8,8	-15,3	-3,6	5,5
Ausländeranteil (%)	0,8	2,1	4,5	1,9
Familienwanderung (pro 1000 Ew.)	0	1,5	0,4	-8,8
Bildungswanderung (pro 1000 Ew.)	-10,2	-8,2	1,4	-28,4
Durchschnittsalter 2003 (Jahre)	44,8	44,5	48,8	44,2
Durchschnittsalter 2020 (Jahre)	50	49,1	53,2	49,5
Median-Alter 2003 (Jahre)	44,3	43,8	49,7	43,4
Median-Alter 2020 (Jahre)	52,3	51,3	56,2	52,6
Anteil unter 18-Jährige 2003 (%)	14,8	14,5	14,1	15,2
Anteil unter 18-Jährige 2020 (%)	13,2	13,7	10,9	14,5
Anteil 60- bis 79-Jährige 2003 (%)	24,3	24,3	30,6	24,6
Anteil 60- bis 79-Jährige 2020 (%)	28	27,3	32,8	27,8
Anteil ab 80-Jährige 2003 (%)	5	4,8	6,6	4,4
Anteil ab 80-Jährige 2020 (%)	10,8	9,9	12,4	10,8

Quelle: Statistische Landesämter, eigene Berechnungen

Die folgende Graphik verdeutlicht nochmals die künftige Entwicklung in den einzelnen Altersgruppen.

Abb. 5: Altersstrukturentwicklung 2003-2020 in Ilsenburg und Vergleichsstädten



Quelle: Institut für Entwicklungsplanung und Strukturforchung GmbH (ies), eigene Berechnungen.

2.2.3 Kaufkraftpotenzial

Als Kaufkraft wird die Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes (in der Regel in einem Jahr) zur Verfügung steht. Sie besteht aus dem verfügbaren Nettoeinkommen zuzüglich der Einnahmen aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten und abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden. Die regionalen Kaufkraftkennzahlen, die in jährlichem Turnus von Marktforschungsinstituten erstellt werden, zeigen die Kaufkraft einer regionalen Einheit (z.B. Stadt, Landkreis, Bundesland).¹

Die Kaufkraft pro Einwohner in Ilsenburg betrug im Jahre 2005 14.390 Euro (Bundesdurchschnitt rund 18.000 Euro). Davon gelten ca. 30 % als einzelhandelsrelevant, d. h. dieser Anteil (4.317 Euro) steht jedem Einwohner zur Verfügung, um Ausgaben im Einzelhandel zu tätigen. Die Restsumme wird benötigt, um andere Lebenshaltungskosten (Miete, Energie, Transport etc.) zu finanzieren. Der Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft sinkt bundesweit, da die Kosten für andere Lebensbereiche, z. B. Energie oder Freizeitausgaben, steigen. Diese Entwicklung wird demnach auch den Ilsenburger Einzelhandel treffen. Der Vergleich mit der Stadt Wernigerode zeigt, dass dort die Kaufkraft etwas höher liegt.

Das Kaufkraftpotenzial, das sich durch die Multiplikation der Einwohnerzahl mit der Kaufkraft pro Einwohner ergibt betrug für das Jahr 2005 im Einzugsbereich von Ilsenburg (14.500 Einwohner) rund 208 Mio Euro. Der einzel-

¹ vgl. Institut für Handelsforschung: Katalog E – Definitionen zu Handel und Distribution, Köln 2006

wächst. In Ilsenburg gibt es insgesamt 11 gewerbliche Beherbergungsbetriebe (7 Hotels, 1 Gasthof, 3 Pensionen) mit 574 Betten.

Der Tagestourismus ist in erster Linie auf die Wanderer zurückzuführen, die zum großen Teil den Aufstieg zum Brocken für einen Besuch in Ilsenburg zum Anlass nehmen. Schätzungen der Tourismus GmbH Ilsenburg gehen von ca. 300.000 Tagesgästen pro Jahr aus, die von März bis November in die Stadt kommen.

Aktuelle Studien (Zukunftskonzept Harz, Institut für Freizeit- und Tourismusberatung, Köln 2005) gehen von einer weiterhin positiven Entwicklung der Gästezahlen in Ilsenburg aus. Diese hatten sich zwischen 1994 und 2004 bereits sehr positiv durch eine Verachtfachung der Übernachtungen und einer Verbesserung der Bettenauslastung um rund 2 % auf 39,3 % entwickelt. Für den Einzelhandel bedeutet dies, dass das Kundenpotenzial der Touristen „sicher“ bzw. steigend ist.

Betrachtet man die Ausgaben der Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben im Ostharz ergibt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial für Ilsenburg von rund 1,6 Mio Euro pro Jahr. Die Ausgaben der Gäste in Privatquartieren sind zwar auch bekannt, aber in diesem Bereich werden keine Übernachtungszahlen ermittelt.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Ausgabenstruktur der Übernachtungsgäste.

Abb. 7: Ausgaben der Übernachtungsgäste (Ostharz) pro Tag in Euro

	Übernachtungsgäste in gewerbl. Betrieben	Übernachtungsgäste in Privatquartieren
Gesamt	75,10	45,60
Unterkunft	26,40	16,40
Verpflegung	22,90	13,50
Einkauf	9,40	6,70
Freizeit / Unterhaltung	4,00	4,20
Lokaler Transport	2,90	2,80
Sonstige Dienstleistungen	9,50	2,00

Quelle: Deutsches wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr, 2005

Die Tagesgäste (Ausflügler und Geschäftsreisende) geben deutlich weniger für Einkäufe aus als die Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben. Für diese Gästegruppe lässt sich kein Kaufkraftpotenzial errechnen, da die genaue Zahl der Tagesgäste nicht bekannt ist, sondern nur eine grobe Schätzung vorliegt.

Abb. 8: Ausgaben der Tagesgäste (Ostharz) pro Tag in Euro

	Tagesgäste
Gesamt	19,50
Restaurant / Café	8,00
Lebensmittel	1,30
Unterhaltung, Sport, Spiel	1,80
Lokaler Transport	0,30
Sonst. Einkäufe	4,80
Sonstiges	3,30

Quelle: Deutsches wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr, 2005

2.2.5 Zielgruppen des Einzelhandels in Ilseburg

Insgesamt lassen sich drei Zielgruppen für den Ilseburger Einzelhandel identifizieren: die Wohnbevölkerung im Einzugsbereich, die Tages- und Übernachtungsgäste und die Einpendler, die in Ilseburg arbeiten.

- Die Wohnbevölkerung, ca. 14.500 Einwohner im Einzugsbereich, wird weniger und zunehmend älter. Ilseburg gilt jedoch gegenüber anderen Kommunen als relativ stabil. Bei der Wohnbevölkerung handelt es sich um sog. Zielkunden, d. h. es sind Kunden, die ein Geschäft bewusst aufsuchen und ihre Einkäufe zielgerichtet und eher zeitsparend gestalten.

- Das Potenzial der Übernachtungs- und Tagestouristen gilt ebenfalls als stabil mit steigender Tendenz. Bei den Touristen handelt es sich um „Zufalls- oder Bummelkunden“, die eher Impulskäufe im Vorbeigehen bzw. während eines Spaziergangs oder Stadtbummels tätigen.
- Ilsenburg hat einen hohen Anteil Beschäftigte im industriellen Sektor bzw. eine relativ hohe Zahl von sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (ca. 2.400). Die in Ilsenburg Arbeitenden stellen ebenfalls ein stabiles Kundenpotenzial dar. Es handelt sich um Zielkunden. Da die meisten Arbeitsplätze außerhalb der Innenstadt liegen, muss diesen Kunden ein besonderer Anreiz gegeben werden, nach der Arbeit in die Innenstadt zu fahren.

2.3 Angebotsstrukturen des innerstädtischen Einzelhandels in Ilsenburg

Neben den eigentlichen Einzelhandelsgeschäften und anderen Freizeit- oder Dienstleistungseinrichtungen wird die Innenstadt von weiteren Faktoren, wie der städtebaulichen oder der verkehrlichen Situation, geprägt.

Der gesamte Altstadt- bzw. Innenstadtbereich ist als Sanierungsgebiet ausgewiesen. Der Sanierungsstand ist hoch, so dass nur noch einzelne Gebäude saniert werden müssen. Insgesamt gibt die Innenstadt ein attraktives städtebaulich einheitliches Bild ab.

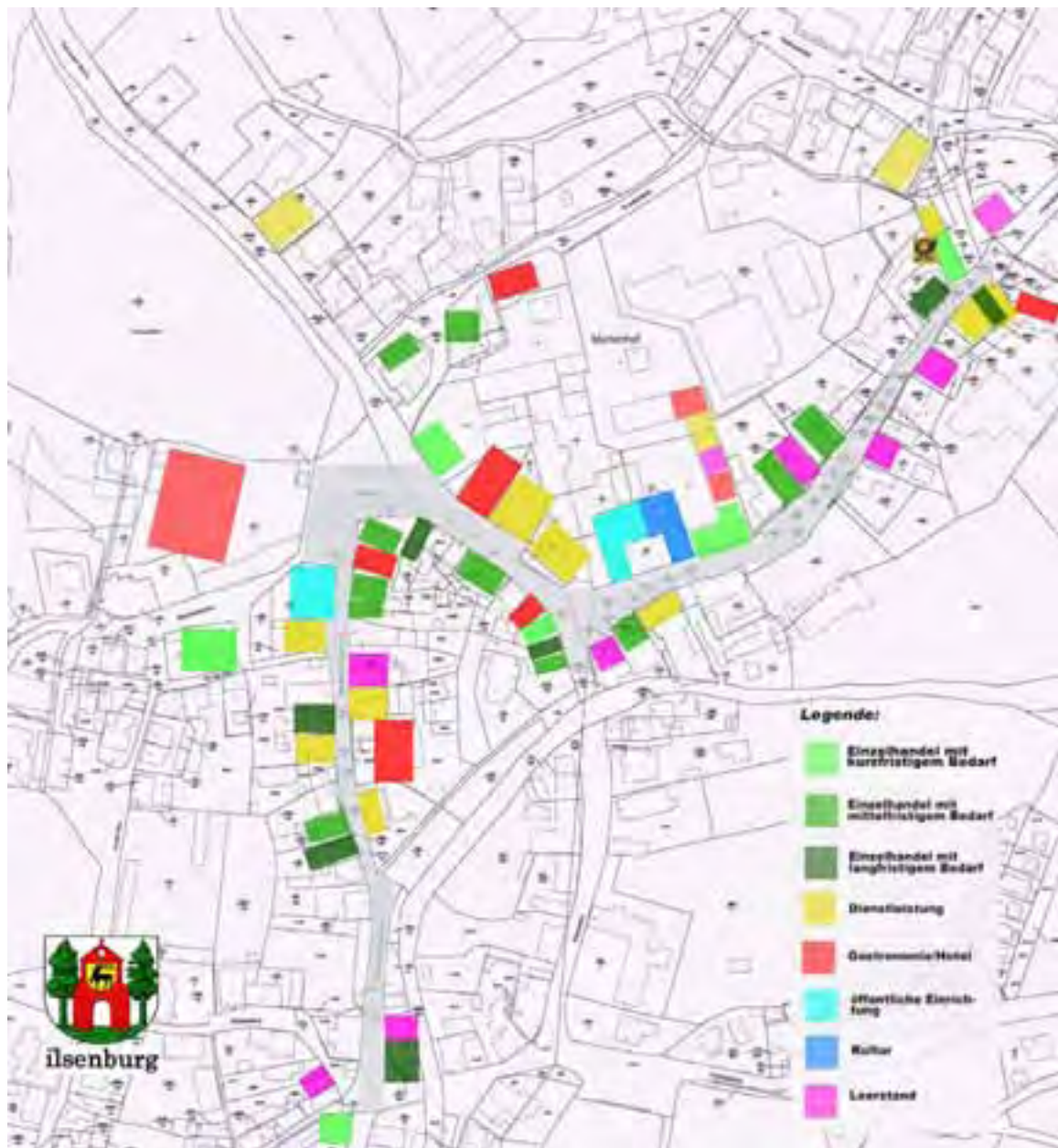
Die Innenstadt ist komplett befahrbar. Durch Sammelparkplätze in Innenstadtrandlage wird die Innenstadt stark entlastet, da es dort aufgrund der engen Altstadtstraßen weniger Parkraum gibt. Durchgangsverkehr wird von der Innenstadt ferngehalten, so dass lediglich Ziel- und Quellverkehr entsteht. Der Verkehr wirkt eher belebend für die Innenstadt als störend.

2.3.1 Nutzungsstruktur der Innenstadt Ilsenburg

Die Ilsenburger Innenstadt setzt sich neben der Wohnnutzung, die nicht dokumentiert wurde, aus verschiedenen Nutzungsarten zusammen:

- Einzelhandel
- Dienstleistung/Freizeit
- Gastronomie/Beherbergung
- öffentliche Einrichtungen
- kulturelle Einrichtungen
- Leerstände

Abb. 9: Nutzungsstruktur der Innenstadt Ilsenburg



Insgesamt ergibt sich eine gute und attraktive Mischung der verschiedenen Nutzungen. Insbesondere fällt der für eine Kleinstadt recht hohe Besatz mit gastronomischen Einrichtungen auf, der die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt erhöht. Dies ist sicherlich auf die Funktion Ilsenburgs als Tourismusstandort zurückzuführen.

Innerhalb der Innenstadt ergeben sich wiederum einzelne Schwerpunkte, d. h. eine Konzentration von Angeboten, so dass aus Kundensicht „Angebotslücken“ entstehen. Der wichtigste Schwerpunkt hat sich um den Markt-

platz herum gebildet und zieht sich auf der Marienhöfer Straße bis zum Marienhof und auf der Rudolf-Breitscheid-Straße bis zur Einmündung der Pfarrstraße. Ein weiterer kleinerer Schwerpunkt hat sich am nördlichen Ende der Marienhöfer Straße gebildet. Der Bereich zwischen diesen Angebotschwerpunkten auf der Marienhöfer Straße ist zudem durch einige Leerstände geprägt, so dass der Eindruck eines „Bruches“ verstärkt wird. Insgesamt durchsetzen leerstehende Gebäude die Innenstadt gleichmäßig, auch an prominenten, attraktiven Standorten wie z. B. an der Ecke Marienhöfer Straße/Pfarrstraße.

Eine Dokumentation aller in Ilseburg im Rahmen einer Begehung aufgenommener Nutzungen bzw. Einrichtungen, auch außerhalb der Innenstadt, ist im Anhang beigefügt.

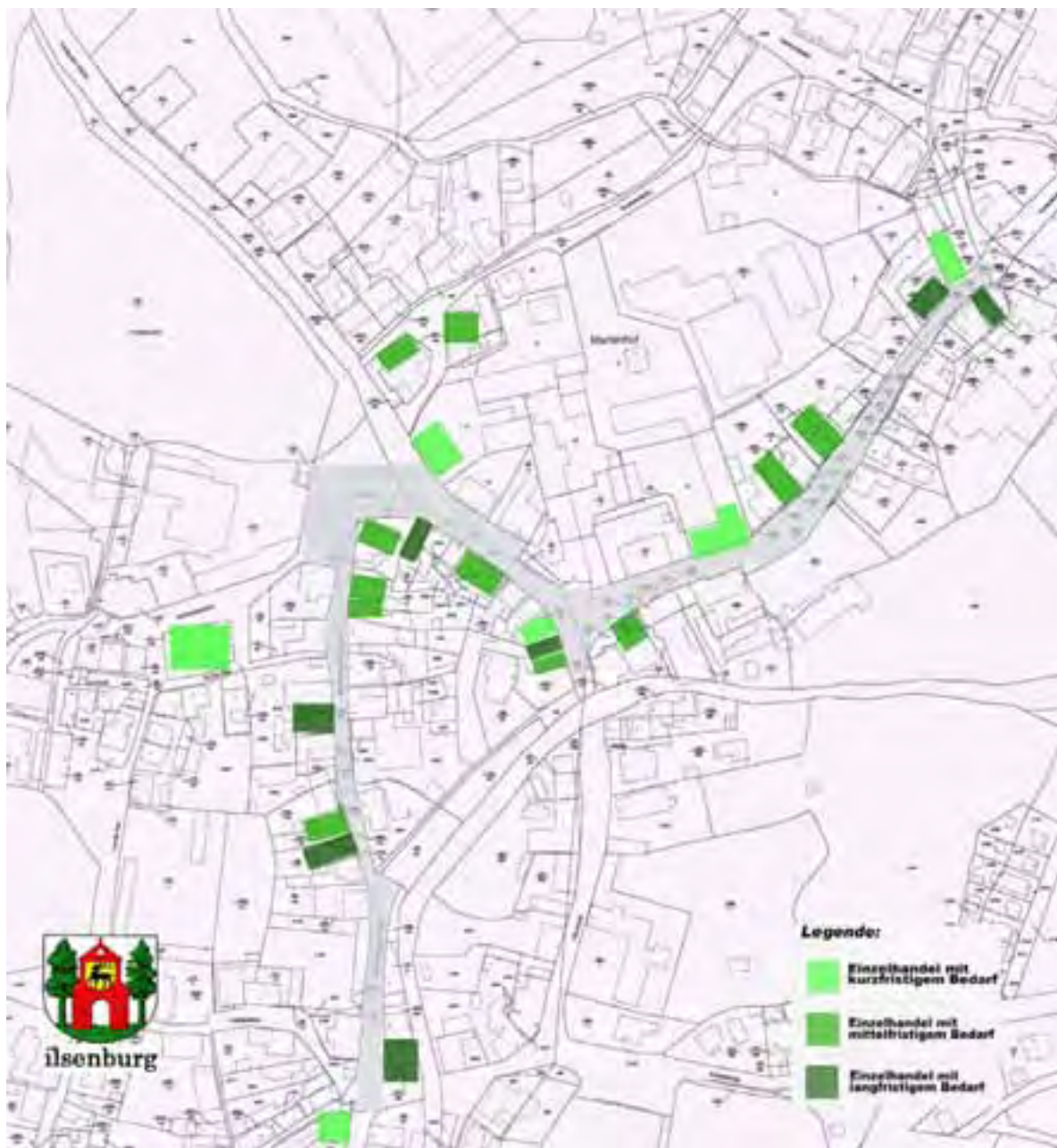
2.3.2 Einzelhandelsangebote in der Innenstadt

Eine Kartierung der Geschäfte und ihrer angebotenen Sortimente führten zu einer Einteilung des Einzelhandelsangebotes in die Bedarfsstufen

- kurzfristiger Bedarf; hierunter werden gefasst: Nahrungs- und Genussmittel, Tabakwaren, Getränke, Drogerieartikel, Blumen, Zeitungen, Zeitschriften, Arzneimittel
- mittelfristiger Bedarf; hierunter werden gefasst: Textilien, Sport- und Freizeitartikel, Schuhe, Lederwaren, Hausrat, Papier- und Schreibwaren, Bücher, Geschenkartikel, Fotoartikel, Augenoptik, Parfümerieartikel, Telekommunikation
- langfristiger Bedarf; hierunter werden gefasst: Uhren/Schmuck, Elektrobedarf, Computer, Fahrräder, Kunst und Antiquitäten, Bau- und Heimwerkerbedarf, Möbel, Tapeten/Farben, Bodenbeläge, Gartencenter, Auto, zoologischer Bedarf

Gemäß dieser Einteilung ergibt sich für die Innenstadt folgendes Bild (vgl. auch Liste der Nutzungen in Ilseburg im Anhang).

Abb. 10: Einzelhandelsangebot in der Innenstadt Ilseburg



Obwohl auf den ersten Blick der tägliche Bedarf in der Innenstadt relativ stark besetzt zu sein scheint, relativiert sich das Bild, wenn man die Geschäfte genauer betrachtet. Es handelt sich hierbei vorrangig um das sog. Lebensmittelhandwerk (Bäckerei, Fleischerei), nicht um ein vollständiges Lebensmittelangebot. Dieser Bedarf wie auch Drogerieartikel werden in Ilseburg an dezentralen Standorten angeboten. Mit diesem Angebot ist die Grundversorgung gut gesichert, so dass für Ilseburg insgesamt gesehen eine ausreichende Versorgung im kurzfristigen Bedarf gegeben ist. Ergänzt wird das Lebensmittelhandwerk in der Innenstadt durch das Angebot von Blumen, Zeitungen/Zeitschriften und Tabakwaren.

Im mittelfristigen Bedarf sind die Branchen Damenoberbekleidung, Bücher, Papier- und Schreibwaren, Schuhe, Fotobedarf, Augenoptik, Parfümerie und Telekommunikation vorhanden. Als „Leitbranchen“ in dieser Bedarfsstufe sowie für eine Innenstadt insgesamt gilt die Bekleidung bzw. Schuhe. Diese Branchen sind zwar in der Innenstadt vorhanden, die konkreten Sortimente müssen jedoch einer genaueren Betrachtung unterzogen werden. Bei dem Angebot handelt es sich um Damenoberbekleidung und Schuhe in einem niedrigen Preissegment mit Focus auf eine ausgewählte Zielgruppe, die dieses Preis- und Qualitätsniveau nachfragt.

Abb. 11: Beispiel für ein Textilgeschäft (Foto Lindstädt)



Insgesamt ist das Bekleidungsangebot sicherlich nicht ausreichend, da nicht alle Zielgruppen abgedeckt werden (z. B. Nachfrage nach höherwertigerer Bekleidung im mittleren Segment, wie z. B. s'Oliver, bonita). Auch die anderen Angebote im mittelfristigen Bereich bedürfen teilweise einer Anpassung in der Sortimentszusammenstellung, der Warenpräsentation oder der Ladengestaltung insgesamt. Dies wird im Kapitel 3 Handlungs- und Umsetzungskonzept näher betrachtet.

Im langfristigen Bedarfsbereich, der für ein Grundzentrum wie Ilsenburg, eher von nachrangiger Bedeutung ist, finden sich erstaunlich viele und auch gute Fachgeschäfte. Hier stechen das Küchenstudio und der Fahrradladen heraus, die in der Innenstadt ein sehr spezielles, von Service- und Dienstleistungen begleitetes Angebot darstellen. Auch zwei Uhren und Schmuckgeschäfte sind für die Größe Ilsenburgs eher ungewöhnlich, so dass dieser Bedarfsbereich gut ausgestattet ist.

2.4 Stärken-Schwächen-Analyse

Die zuvor aufgezeigten Analyseergebnisse sollen im Folgenden zu einem Stärken-Schwächen-Profil zusammengefasst werden, das nach verschiedenen Themenfeldern gegliedert ist.

Abb. 12: Stärken-Schwächen-Analyse

Themenfeld	Stärken	Schwächen
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	hohe Arbeitsplatzdichte; insbesondere im industriellen Sektor im regionalen Kontext gesehen relativ niedrige Arbeitslosenquote (ca. 10 %) kommunaler Haushaltsüberschuss	
Stadtgestaltung	Altstadt (Innenstadt) ist Sanierungsgebiet mit hohem realisierten Sanierungsstand einheitliches städtebauliches Ensemble	einzelne sanierungsbedürftige Gebäude
Verkehr	regional gute Anbindung über Bundesstraßen Innenstadt von Durchgangsverkehr entlastet; reiner Ziel- und Quellverkehr belebende Wirkung des Verkehrs in der Innenstadt, keine Überlastung ausreichend innerstädtischer Parkraum	
Kunden- und Kaufkraftpotenzial	im regionalen Vergleich weitgehend stabiles Kunden- und Kaufkraftpotenzial hohes Kaufkraftpotenzial bei Übernachtungs- und Tagesgästen hohe Ependlerzahlen als zusätzliches Kundenpotenzial	Wohnbevölkerung nimmt ab
Einzelhandel	kleinteiliger Fachhandel in der Innenstadt, guter Besatz vor allem im langfristigen Bedarfsbereich gesicherte Grundversorgung	Grundversorgung schwerpunktmäßig an dezentralen Standorten innerstädtisch kaum nennenswerte Frequenzbringer lückenhafter Branchenmix (z. B. Bekleidung) Wegbrechen des kleinteiligen Fachhandels, dadurch Leerstände (auch an attraktiven, zentralen Standorten) Immobilien Eigentümer der Leerstände aus Sicht der Händler unflexibel im Hinblick auf Mietforderungen; dadurch verringerte Chancen zur Wiedervermietung von Leerständen keine geschlossene Einkaufslage in der Innenstadt, sondern Schwerpunktbildung mit „Lücken“ Kaufkraft der Touristen wird kaum abgeschöpft, da kaum touristisch relevantes Einzelhandelsangebot (z. B. Souvenirs, Geschenkartikel, Sport- und Wanderbekleidung) Betriebs- und Gestaltungskonzepte der Geschäfte teilweise anpassungsbedürftig (z. B. Schaufenstergestaltung, Sortimentsstrukturen, Warenpräsentation)
Tourismus	landschaftliche und städtebauliche Attraktivität als gutes Potenzial für eine touristische Entwicklung (z. B. Nationalpark Harz, Brockenaufstieg etc.) gute touristische Infrastruktur (Gastronomie, Beherbergung) überdurchschnittliche Entwicklung der Gäste- und Übernachtungszahlen im regionalen Vergleich	Verbesserungspotenzial bei familiengerechten, auch witterungsunabhängigen, touristischen Angeboten Bahnhof als wichtiges Eingangstor zur Stadt leerstehend, zunehmend verfallendes Gebäude
Kooperationen, Public-Private-Partnership	gute Kontakte zwischen Bürgermeister und Unternehmen („kurzer Dienstweg“)	keine institutionelle Organisation der Gewerbetreibenden wenig Abstimmung und Zusammenarbeit der örtlichen Gewerbetreibenden auf informeller Basis („Netzwerkgedanke“ wenig ausgeprägt)

3. Handlungs- und Umsetzungskonzept

Basierend auf den dargestellten Ergebnissen, die den Akteuren im Rahmen der Projekt-Werkstätten präsentiert wurden, sowie den Expertengesprächen zu Projektbeginn wurden fünf Handlungsfelder abgeleitet, die den Akteuren vor Ort als wichtig für die künftige Innenstadtentwicklung erschienen. Im Zuge der 1. Projekt-Werkstatt wurden diese Handlungsfelder erarbeitet und anhand eines Bewertungsverfahrens mit Punktvergabe durch die Werkstatt-Teilnehmer in eine Rangfolge gebracht:

- (1) Branchenmix, Sortimentsstruktur, Servicedienstleistungen (14 Pkt.)
- (2) Einbindung von Immobilieneigentümern (12 Pkt.)
- (3) Nutzung des Bahnhofgebäudes (10 Pkt.)
- (4) Organisation und Kooperation der Gewerbetreibenden (8 Pkt.)
- (5) Vermarktung, Außendarstellung (8 Pkt.)

Das mit Priorität zu behandelnde Feld „Branchenmix, Sortimentsstruktur, Servicedienstleistungen“ wurde durch das IfH und die Planersocietät intensiver bearbeitet. Für das Feld „Einbindung von Immobilieneigentümern“ haben die Bearbeiter in Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung eine Grundlage in Form einer Leerstandskartierung mit den entsprechenden Eigentümerinformationen sowie eine Darstellung einer allgemeinen Vorgehensweise erarbeitet.

Das Handlungsfeld „Nutzung des Bahnhofgebäudes“ wurde zum einen von zwei Händlern übernommen (Maik Stamm, Gerhard Wipperling), die sich Gedanken zu einem künftigen Nutzungskonzept machen wollten. Zum anderen erklärte sich der Bürgermeister, Wilfried Obermüller, bereit, mit der Deutschen Bahn Kontakt aufzunehmen, um eventuelle Vermietungs- bzw. Verkaufsoptionen zu prüfen.

Um das vierte Handlungsfeld „Organisation und Kooperation der Gewerbetreibenden“ zu aktivieren, erklärte sich der Bürgermeister in der 1. Projekt-Werkstatt bereit, alle Gewerbetreibenden zu einem 1. Treffen einzuladen und auch weitere Treffen zu organisieren.

Das fünfte Handlungsfeld wurde im Rahmen des Projektes nicht weiter verfolgt

3.1 Handlungsfeld: Branchenmix, Sortimentsstruktur, Servicedienstleistungen

3.1.1 Grundlagen der Branchenmixanalyse

Zunächst sollten im Hinblick auf das Einzelhandelsangebot im besonderen, aber auch insgesamt für die Innenstadt, die Ziele und ein Leitbild entwickelt werden, um dem Handlungsfeld eine Grundlage zu geben.

Als wesentliche Ziele wurden definiert:

- (1) Sicherung der bestehenden Geschäfte
- (2) Prüfung von Neuansiedlungen
- (3) Orientierung an den Bedürfnissen der Zielgruppen Wohnbevölkerung/ Einpendler und Touristen

Als Leitbild bzw. „Motto“ wurden die Begriffe

- Spezialisiert,
- Serviceorientiert sowie
- Kunden- und gastfreundlich.

gewählt. Es leitet sich aus den Chancen ab, die Ilsenburg als Einzelhandelsstandort im Vergleich zu den wesentlich größeren Konkurrenzstandorten Wernigerode und Bad Harzburg sowie Göttingen hat. Besondere Serviceleistungen, Kundennähe und Individualität können hier Wettbewerbsvorteile bringen. Außerdem kann der Einzelhandel durch weitere Spezialgeschäfte, wie derzeit beispielsweise das Küchenstudio oder das Fotostudio, ergänzt werden, die insbesondere den Servicegedanken in den Vordergrund stellen. Dieses Leitbild gilt insbesondere für den Einzelhandel, ist aber auch von den übrigen Akteuren in der Innenstadt zu verfolgen, insbesondere der Gastronomie.

In der Branchenmixanalyse wurden neben der Dokumentation der Geschäfte in der Innenstadt (Hauptgeschäftsbereich) und außerhalb des Hauptgeschäftsbereiches folgende Punkte für die Bedarfsstufen kurzfristiger, mittelfristiger und langfristiger Bedarf überprüft:

- Fehlen Branchen bzw. einzelne Sortimente im Branchenmix für die Wohnbevölkerung?
- Fehlen Branchen bzw. einzelne Sortimente, die insbesondere für Touristen von Bedeutung sind?
- Bietet eine Branche ein Potenzial für (weitere) Service- und Dienstleistungen?
- Bietet eine Branche ein Potenzial für (weitere) sog. Nutzungskopplungen?

Um die letzten beiden Fragen zu erläutern, soll an dieser Stelle der tourismusorientierte Einzelhandel bzw. die Nutzungskopplungen im Einzelhandel näher betrachtet werden.

Tourismusorientierter Einzelhandel

Der Tourist als Einzelhandelskunde ist ein „Spezialfall“, der in seiner (Urlaubs-) Situation anderen Rahmenbedingungen unterworfen ist als die Wohnbevölkerung. Am prägnantesten fassen diese Rahmenbedingungen die folgenden Thesen zusammen, die im Rahmen eines Projektes des Wirtschaftsministeriums Sachsen-Anhalt (Produktfibel „Tourismusorientierter Einzelhandel, 1997) erarbeitet wurden.

- „Nichts Genaues weiß man nicht...“ Der Tourist hat einen geringeren Informationsstand über das örtliche Angebot als Einheimische.
 - „Gut Ding braucht Weile...“ Der Tourist verfügt im Vergleich zu anderen Zielgruppen des Einzelhandels über ein höheres Zeitbudget.
 - „Lust auf Shopping...“ Insbesondere im Urlaub oder während eines Ausflugs ist die Erlebnisqualität als besonders kaufrelevanter Faktor anzusehen.
 - „Der Kunde ist König...“ Der Tourist erwartet an seinen „schönsten Tagen des Jahres“ eine höhere Servicequalität als zu Hause.
 - „Es darf auch mal ´nen Euro mehr sein...“ Während des Urlaubs wird auf Sparsamkeit weniger Wert gelegt.
 - „Aus eigenen Landen...“ Insbesondere Touristen suchen beim Einkauf regionaltypische und unverwechselbare Erlebnisse.
 - „Treu sein ist schwer...“ Touristen werden nur selten zu Stammkunden.
- Aus diesen Thesen ergibt sich ein Branchen-Portfolio, das eine Übersicht über die für Touristen relevanten Branche gibt.

Abb. 13: Tourismusorientierter Einzelhandel

		Branchen		
hoch	Bedeutung des Tourismus als Zielgruppe	Weine, Erfrischungsgetränke, insbes. Kleinflaschen, Süßwaren, Eis, Käse, Wurst, Backwaren, Frischobst, Bücher, Zeitschriften, Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	Bekleidung, Schuhe, Wanderzubehör	Uhren, Schmuck, Fotoartikel, Hobby/Basteln, Handarbeiten, Kunst- und Antiquitäten, Musik, Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Lederwaren
mittel		Apotheken, Blumen, Reformwaren	Sportartikel	Elektro, Telekommunikation
niedrig		Zooartikel, Gartenbedarf, Bürobedarf	Eisenwaren, Hausrat, Kfz-Zubehör, Heimwerkerbedarf, sonst. Baumarktel. Artikel, Tapeten, Farben, Lacke	Möbel, Teppiche, Gardinen, Beleuchtung
Bedarf		kurzfristig	mittelfristig	langfristig

Quelle: Ministerium für Wirtschaft Sachsen-Anhalt: Tourismusorientierter Einzelhandel, 1997

Nutzungskopplungen im Einzelhandel

Das DSSW hat zum Thema Nutzungskopplungen zwei Leitfäden entwickelt:

- Weiterentwicklung innerstädtischer Nutzungen, Teil 1: Kopplung von Einzelhandel, Dienstleistung, Freizeit und produzierenden Gewerbe, 2005
- Weiterentwicklung innerstädtischer Nutzungen, Teil 2: Kopplungs- und Kombinationsmöglichkeiten für Klein- und Mittelstädte

Diese sind vor Ort den Akteuren zur Verfügung gestellt worden. Sie bilden die Grundlage dieses Themas und aus den Leitfäden sind die folgenden Grundlagen hierzu entnommen.

„Unter Nutzungskopplungen werden Konzepte verstanden, die Unternehmensbereiche oder verschiedene Unternehmen aus derselben oder aus verschiedenen Branchen miteinander verknüpfen. Darunter fallen sowohl Geschäftsmodelle auf der betrieblichen Ebene, in Form eines Geschäftes oder einer Praxis, als auch Angebotskonzentrationen auf Immobilienebene sowie Stadtteilebene“.

Eine Nutzungskopplung liegt dann vor, wenn zwei getrennte Geschäfts- oder Sortimentsbereiche zusammengeführt werden, die jeweils auch für sich wirtschaftlich umsetzbar sind.

Beispielsweise können Bekleidung und Gastronomie, Blumen und Lebensmittel oder Haushaltswaren und Kochkurse in einem Verkaufsraum angeboten werden. Eine Nutzungsmischung ist aber auch das Nebeneinander von Bäckerei und Sportgeschäft in einem Gebäude, so dass das eine Geschäft von den Kunden des anderen profitieren kann. Eine Nutzungskopplung ist jedoch auch eine Thematik für einen Standort (z. B. Buchdorf).

Die Vorteile für die Unternehmen ergeben sich beispielsweise aus folgenden Sachverhalten:

- Aufbau einer „Unique selling proposition“
- Bessere Erfüllung von Kundenwünschen durch Spezialisierung
- Kostenvorteile
- Ressourcenbündelung, z. B. gleiche Räumlichkeiten und Personal

Neben den positiven Wirkungen, die Nutzungskopplungen für die einzelnen Unternehmen haben können, profitiert auch der Standort Innenstadt insgesamt durch Synergieeffekte von ihnen. Zu nennen wären hier beispielsweise Frequenzsteigerungen, originelle Angebote oder ein neues Nutzerpotenzial für Leerstände.

Die Branchen haben unterschiedliche Kopplungspotenziale, das abhängig ist von

- der Anzahl denkbarer Kopplungselemente (Bsp.: Möbel versus Apotheke),
- dem ökonomischen und rechtlichen Aufwand (teurer Warenbestand, umfangreiche Ladenausstattung, Reglementierung eines Warenbereiches, z. B. Lebensmittel),
- dem Aufwand für Erläuterung der Kopplung bei den Kunden (Blumen und Geschenkartikel versus Schuhe und Schokolade).

Abb. 14: Beispiele für Nutzungskopplungen

Cross-selling durch räumliche Nähe

Sportgeschäft und Bäckerei

- Verbindung der Geschäftsräume über Glastür (Schaufenster-Funktion)
- Profitieren von Kundenfrequenz des anderen
- Erschließung neuer Kundengruppen für Bäcker
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität für Sportgeschäft (z.B. durch Café des Bäckers)
- touristische Gemeinde Pettnau am Arlberg (Österreich)



Ausbau des Kundenservice durch Dienstleistungen

Die Reisebar

- Reisebüro und Café
- Veranstaltungsreihe mit Lesungen, Reisebazar, Stadtführungen, Weinproben, Spezialitätenwochen
- Innenstadttrandlage München



3.1.2 Branchenmixanalyse

Um den vorhandenen Branchenmix in Ilseburg erfassen und bewerten zu können, ist eine Matrix entwickelt worden.

Mit Hilfe der Matrix kann eine Bewertung des vorhandenen Einzelhandelsangebotes vorgenommen und quantitative sowie qualitative Mängel und Anpassungserfordernisse abgeleitet werden. Dabei wird zunächst dargestellt, welche Warengruppen in Abhängigkeit von der zentralörtlichen Funktion in Ilseburg überhaupt im Innenstadtbereich vorhanden sein sollten. In einem Folgeschritt wird die Verfügbarkeit und Qualität einzelner Segmente in der Innenstadt bzw. an Standorten außerhalb der Innenstadt (innerhalb der Gesamtstadt) abgeprüft und den stadtspezifischen Anforderungen an ein Grundzentrum wie Ilseburg gegenübergestellt.

Als Grundlage zur Erstellung der Matrix mussten die entsprechenden Daten recherchiert bzw. erhoben werden. Im Einzelnen handelt es sich um folgende Angaben, die ermittelt wurden:

- Vorhandensein einer Branche
 - in der Innenstadt oder
 - außerhalb der Innenstadt

- Vorhandensein einer Branche
 - als Hauptsortiment (eindeutiger Sortimentsschwerpunkt)
 - als Ergänzungssortiment

- Vorhandensein einer Branche im Hinblick auf das Preisniveau und die Sortimentsbreite (Anzahl verschiedener Artikel, z. B. Damen-, Herren- und Kinderschuhe) und Sortimentstiefe (Anzahl gleicher Artikel, z. B. Kinderschuhe, davon aber relativ viele)
 - hochwertig, spezialisiert, große Sortimentstiefe
 - mittelkonsumig, mittlere Sortimentsbreite und -tiefe
 - discountorientiert, unteres Preisniveau, geringe Sortimentsbreite und -tiefe

Als Beispiel für die Einordnung im Hinblick auf das Preisniveau und die Sortimentsbreite bzw. -tiefe kann die Bekleidungsbranche herangezogen werden. Ein Herrenausstatter, der z. B. auch festliche Kleidung wie einen Smoking neben einem Basissortiment anbietet, würde als hochwertig und spezialisiert gelten. Eine Boutique für Damenbekleidung oder ein Filialist wie bonita würde als mittelkonsumig eingestuft. Als discountorientiert gilt hier beispielsweise der Textildiscounter kik.

Die Ergebnisse der Erhebung wurden dann in die Bewertungsmatrix umgesetzt. Dabei ist zu beachten, dass es für jede Stadt unterschiedliche Anforderungen gibt, d. h. die Spalte „sollte in Ilseburg (Innenstadt) vorhanden sein“ kann in anderen Städten anders gefüllt werden, da es individuelle Ab-

weichungen geben kann. Ist beispielsweise eine Stadt stark touristisch geprägt und das Kundenpotenzial der Touristen ist hoch - wie in Ilsenburg der Fall - sollte das Angebot von Geschenkartikeln/Souvenirs vorhanden und relativ groß sein, da dies Branchen sind, die Touristen bevorzugt kaufen.

Bewertungsmatrix nach Warengruppen für das Grundzentrum Ilsenburg

(x=sollte vorhanden sein, (x)= kann vorhanden sein, ist jedoch eher atypisch für diese zentralörtliche Funktion, - nicht notwendig)

Abb. 15: Bewertungsmatrix zur Branchenanalyse

	Sollte in Ilsenburg (Innenstadt) vorhanden sein	Ist in Innenstadt als Hauptsortiment vorhanden	Ist in Innenstadt als Ergänzungssortiment vorhanden	Ist als Hauptsortiment außerhalb der Innenstadt vorhanden	Ist als Ergänzungssortiment außerhalb der Innenstadt vorhanden	Hochwertig, spezialisiert, große Sortimentstiefe	Mittel-konsumig, mittlere Sortimentsbreite und -tiefe	Discountorientiert, unteres Preisniveau, geringe Sortimentsbreite und -tiefe
Branche								
Nahrungs- und Genussmittel	X	-	X	X	-	-	X	X
Schnittblumen, Topfpflanzen, Geschenke	X	X	-	X	-	-	X	-
Drogerieartikel	X	-	-	X	-	-	X	-
Zeitungen, Zeitschriften	X	X	-	-	-	-	X	-
Arzneimittel	X	X	-	X	-	-	-	-
Parfümerieartikel	X	X	-	-	-	-	X	-
Damenbekleidung	X	X	X	X	-	-	-	X
Herrnenbekleidung	X	-	-	-	X	-	-	X
Kinderbekleidung	X	-	-	-	X	-	-	X
Berufskleidung	-	-	-	-	-	-	-	-
Wäsche, Miederwaren	(x)	-	X	-	X	-	-	X
Handarbeitsartikel	(x)	-	-	-	-	-	-	-
Bettwaren, Hauswäsche	(x)	-	-	-	-	-	-	-
Musikinstrumente	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport- und Freizeitartikel (inkl. Bekleid.)	(x)	-	-	-	X	-	-	X
Schuhe	X	X	-	-	-	-	-	X
Lederwaren	(x)	-	X	-	-	-	-	X
Orthopädische, med. Artikel	(x)	-	-	-	-	-	-	-
Hausrat, Porzellan, Bestecke	(x)	-	X	-	-	-	X	-
Schreib- und Pa-	X	X	-	-	-	-	X	-

	Sollte in Ilsenburg (Innenstadt) vorhanden sein	Ist in Innenstadt als Hauptsortiment vorhanden	Ist in Innenstadt als Ergänzungsortiment vorhanden	Ist als Hauptsortiment außerhalb der Innenstadt vorhanden	Ist als Ergänzungsortiment außerhalb der Innenstadt vorhanden	Hochwertig, spezialisiert, große Sortimentstiefe	Mittel-konsumig, mittlere Sortimentsbreite und -tiefe	Discountorientiert, unteres Preisniveau, geringe Sortimentsbreite und -tiefe
Branche								
pierwaren								
Spielwaren, Hobby	(x)	-	X	-	-	-	X	-
Bücher	(x)	X	-	-	-	-	X	-
Geschenkartikel	X	-	X	-	-	-	X	-
Optiker	X	X	-	-	-	-	X	-
Fotoartikel, Fotoapparate	(x)	X	-	-	-	-	X	-
Telekommunikation	X	X	-	-	-	-	X	-
Uhren, Schmuck	(x)	X	-	-	-	-	X	-
Elektrokleingeräte, Haushaltsgeräte	(x)	X	-	-	-	-	x	-
Computer, -teile, Software	(x)	X	-	-	-	-	X	-
Fahrräder, -teile	-	X	-	-	-	X	-	-
Antiquitäten	-	X	-	-	-	-	-	X
Kunstgegenstände, Bilder	-	-	-	-	-	-	-	-
Bau- und Heimwerkerbedarf	-	-	-	-	-	-	-	-
Möbel- und Einrichtungsgegenstände	-	-	-	-	-	-	-	-
Tapeten, Farben, Bodenbeläge	-	-	-	-	-	-	-	-
Gartenartikel, Pflanzen	-	-	-	-	-	-	-	-
Autozubehör, Reifen	-	-	-	-	-	-	-	-
Büromöbel, -maschinen	-	-	-	-	-	-	-	-
Zoologischer Bedarf, Tiere	(x)	-	-	-	-	-	-	-

Mit Hilfe der Angaben aus der Bewertungsmatrix kann ein Bestandsportfolio abgeleitet werden, das branchenspezifische Überkapazitäten oder Sortimentsengpässe im Bestand aufzeigt, um in einem Folgeschritt eine Zielperspektive mit entsprechenden Angebotsanpassungen entwickeln zu können. So können beispielsweise deutliche Angebotsüberhänge in (innerstädtischen) Lagen oder auch Mängel erkannt werden.

Abb. 16: Einzelhandel-Bestandsportfolio für Ilseburg

	Innenstadt			Außenbereich		
	hochwertig	mittleres Genre	wenig Sortimente/discoutorient.	hochwertig	mittleres Genre	wenig Sortimente/discoutorient.
Hauptsortiment	Fahrräder	Blume Zeitung Parfüm Schreib Bücher Optik Foto Telekomm. Schmuck Elektro Computer	Damenbekl.	-	Lebensm. Drogerie Blumen	Lebensm. Damenbekl.
Ergänzungssortiment	-	Lebensm. Hausrat Spiel Geschenkartikel	Spiel Lederwaren	-		Herrenbekl. Kinderbekl. Wäsche Sport/Freizeit

Aus der Bewertungsmatrix bzw. dem Bestandsportfolio lassen sich für die Bedarfsstufen folgende Ergebnisse ableiten.

Im kurzfristigen Bedarfsbereich ist die Grundversorgung für Ilseburg gesamt gesehen durch die Lebensmittelmärkte in Innenstadtrandlage gedeckt. Das Ladenhandwerk, Blumen, Zeitungen/Zeitschriften und Tabakwaren ergänzen das Angebot. Lebensmittel oder Drogerieartikel als Angebot, das hohe Frequenz in die Innenstadt bringt ist sicherlich wünschenswert. Eine Neuansiedlung ist jedoch unrealistisch, da die Konkurrenzsituation bereits sehr stark ist und für einen modernen Lebensmittelmarkt (z. B. Discounter) die Verkaufsfläche im jetzigen Gebäudebestand fehlt. Einzige Möglichkeit wäre eine Verlagerung, die aus Sicht der Geschäfte jedoch momentan mehr Kosten als Nutzen bringen würde.

Neue Sortimente können in den existierenden Läden integriert werden. Mögliche neue Sortimente wären:

- touristischer Bedarf (Erfrischungsgetränke, Süßwaren, Frischobst, Eis etc.)
- biologische Produkte
- DDR-Produkte (Focus Lebensmittel)

- Hausspezialitäten (in Fleischereien, Bäckereien)
- regionale Spezialitäten

Als ergänzende Service- oder Dienstleistungen können insbesondere die vorhandenen Ladenhandwerksbetriebe „Probiererecken“, „Heiße Theken“, Zulieferservice oder einen Brötchenservice für Touristen anbieten. Letzt genannter Punkt ist beispielsweise auch vor dem Hintergrund der frühen Schließzeit am Samstag (11.00 Uhr Bäckerei/Fleischerei im Marienhof) ein interessantes Angebot.

Unter dem Aspekt der Nutzungskopplung kommen für die Branchen des kurzfristigen Bedarfs die Kombination mit gastronomischen Angeboten in Frage, aber beispielsweise auch die Annahme von Schuhreparaturen. Insbesondere Blumen lassen sich mit einem Frische-Sortiment an Lebensmitteln (Obst, Gemüse) oder auch mit Geschenkartikeln kombinieren.

Der mittelfristige Bedarfsbereich ist insgesamt zu schwach besetzt, dies gilt insbesondere für die Bekleidung. Hier wäre eine Ergänzung durch ein neues Geschäft, das ein Basissortiment von Damen- und Herrenkleidung sowie Freizeit- und Sportbekleidung anbietet, sinnvoll. Ergänzt werden könnte das Basissortiment durch Unterwäsche und Socken. Das Angebot sollte im mittleren Preissegment angesiedelt sein, d. h. von der Wertigkeit über den Bekleidungssegmenten von kik-Textildiscount und Ernesting's family liegen, die an dezentralen Standorten vertreten sind.

Eine Möglichkeit wäre auch die Neuansiedlung eines Sportbekleidungsgeschäftes in Kombination mit kleinvolumigen Sport- und Freizeitartikeln (z.B. Bälle, Hanteln). Eine weitere Option für eine noch engere Spezialisierung stellt ein Laden ausschließlich für Wanderbedarf dar. Dies scheint vor dem Hintergrund des naturorientierten Gastes, der zumeist das Wandern als Hauptaktivität betreibt, eine lohnenswerte Überlegung.

Weiteres Ergänzungssortiment in existierenden Geschäften sind Lederwaren, die im Schuhladen stärker ausgebaut werden könnten. Sie könnten aber auch im Rahmen eines Geschenkartikelladen, der Souvenirs, kunsthandwerkliche Erzeugnisse, Wohnaccessoires oder Schmuck untereinander kombiniert integriert werden.

Im Buchladen lassen sich Sortimentsergänzungen beispielsweise durch Tonträger und audiovisuelle Medien bzw. einen stärkeren Akzent auf regionalbezogene Literatur, Reiseführer, Postkarten und Landkarten erreichen.

Als Service- oder Dienstleistungen lassen sich in den vorhandenen Geschäften bei ausreichendem Platz Ruhezonen, z. B. eine Lesecke im Buchladen oder eine Spielecke im Bekleidungsgeschäft integrieren. Weitere Möglichkeiten sind ein Schnellservice oder ein Bilderversand an den Wohnort, beides insbesondere für die Touristen interessant.

Da sich insbesondere der Buchladen für Sortimentsergänzungen bzw. neue Serviceleistungen eignet, die jetzige Verkaufsfläche jedoch zu klein dafür ist, ist ein Umzug in größere Geschäftsräume zu überlegen. Diese sollten auch zentraler, auf der Rudolf-Breitscheid-Str. oder Marienhöfer Str., liegen als die bisherigen.

Der mittelfristige Bedarfsbereich ist für eine Reihe von Nutzungskopplungen nutzbar. Hier kommt vor allem die Buchhandlung in vielen realisierten und für Klein- und Mittelstädte umsetzbaren Beispielen vor. Bücher werden hier mit Spielwaren, Geschenkartikeln (z. B. Weine), gastronomischen Angeboten, Lesungen, Veranstaltungen oder Ausstellungen kombiniert.

Abb. 17: Beispiele für Nutzungskopplungen von Buchhandlungen



So bieten viele Buchhandlungen wie die Ypsilon-Buchhandlung in Bornheim bei Frankfurt eine Kombination von Büchern, Café und Ausstellungen an. Auch die Buchhandlung Linnemann in Paderborn hat neben dem Buchsortiment einen weiteren Schwerpunkt bei den Veranstaltungen („Linnemann live“) etabliert. Hier finden Lesungen, Literatur-Foren, Konzerte oder Theateraufführungen statt.

Die bisher nur als Ergänzungssortiment vorhandenen Geschenkartikel könnten in einem neuen Geschäft angeboten werden. Zum Beispiel bietet sich ein Schwerpunkt bei kunsthandwerklichen Erzeugnissen in Kombination mit Kursangeboten (z. B. Töpferei, Malerei) an. Dies ist auch für Touristen eventuell interessant, so dass hier auch die Kooperation mit den Beherbergungsbetrieben gesucht werden kann.

Auch mit Kursangeboten kann ein Sportbekleidungs- oder Sportartikelgeschäft ergänzt werden (Nordic-Walking-Kurse, geführte Wanderungen). Dies

wird beispielsweise von dem ortsansässigen Fahrradladen bereits praktiziert, der neben einem Fahrradverleih auch geführte Wanderungen anbietet.

Eine weitere Nutzungskopplung bietet sich in Ilsenburg zwischen Bekleidung und Schmuck an. Zwar ist der Schmuckbereich bereits durch zwei Geschäfte vertreten, die Kombination birgt aber die Chance aufeinander abgestimmte Sortimente anzubieten („Die passenden Ohrringe zur neuen Bluse“) und kann durchaus den Modeschmuck-Bereich abdecken, da dieser bisher nicht angeboten wird.

Der Bedarfsbereich des langfristigen Bedarfs ist in Ilsenburg vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Funktion bereits ausreichend besetzt. Neue Geschäfte sind hier nicht vorrangig anzusiedeln.

Bei den bestehenden Geschäften bieten die Uhren-Schmuck-Läden Potenzial für Sortimentsumstellungen. Hier wäre zu überlegen, ob das Sortiment stärker spezialisiert wird, z. B. in Richtung Designer-Schmuck, eventuell in Kombination mit einer Schau-Werkstatt bzw. Goldschmiedewerkstatt, in der individuelle Anfertigungen möglich sind.

An ergänzenden Service- und Dienstleistungen ist der bargeldlose Einkauf zu nennen, da insbesondere die Waren dieses Bedarfsbereiches auch mit höheren Kosten verbunden sind. Im Elektro- oder Computerhandel können darüber hinaus die Serviceleistungen vor Ort beim Kunden erbracht werden (z. B. Programmierung von Videorekordern, Aufstellen von Geräten, Software-Installation, Anwenderberatung).

Im Rahmen der Branchenmixanalyse wurden eine Reihe von Vorschlägen für Branchen- oder Sortimentsergänzungen, Service- und Dienstleistungen oder mögliche Nutzungskopplungen gemacht. Nun stellt sich die Frage, wer diese Ergebnisse nutzen bzw. umsetzen sollte. Hierfür kommen verschiedene Nutzer in Betracht:

- Geschäftsinhaber in Ilsenburg (Sortimentsumstellungen, -anpassungen)
- Existenzgründer vor Ort/in der Region
- Erzeuger regionaler Produkte
- Filialgründungen von Betreibern bereits existierender Geschäfte in Ilsenburg oder aus der Region
- Gastronomen/Hoteliers – Nutzungskopplung mit Einzelhandel

3.1.3 Branchenübergreifende Maßnahmen

Neben den Ergebnissen der Branchenmixanalyse, die auf den einzelnen Unternehmer bzw. bestimmte Branchen abgestellt sind, gibt es auch eine Reihe von Maßnahmen, die in jeder Branche umgesetzt werden können. Diese Maßnahmen betreffen Service- und Dienstleistungen sowie die Laden- und Schaufenstergestaltung. Soweit diese Maßnahmen darüber hinaus auch un-

ter den Gewerbetreibenden abgestimmt werden (z. B. alle Geschäfte haben den gleichen Fahrradständer mit der individuellen Werbung vor der Tür), tragen sie in einem noch höheren Maße zur Attraktivitätssteigerung des Standortes Innenstadt bei. Darüber hinaus gibt es auch Maßnahmen, die eine Kooperation der Einzelhändler bzw. anderer Gewerbetreibenden generell voraussetzen.

Ergänzende Service- und Dienstleistungen (Beispiele)

- Fahrradständer (mit Werbemöglichkeit)
- Regenschirmverleih
- Namensschilder für Verkaufspersonal
- Kunden Visitenkarte des Geschäftes überreichen
- Geschenkverpackungsservice
- Angebot von Kaffee oder anderen Getränken
- Schließfächer, Gepäckaufbewahrung (z. B. in leerstehenden Geschäftsraum)
- Reklamation, Garantieleistungen (Kulanz bei Reklamationen, Garantieverlängerung, Umtausch gegen Geld etc.); in Uhren-/Schmuckgeschäften bereits angeboten
- Warenauswahl zu Hause
- Bestellservice (innerhalb von 24 h, „zur Ansicht“)

Laden- und Schaufenstergestaltung (Beispiele)

- Attraktive Fassadengestaltung
- Attraktiver Eingangsbereich
- Witterungsschutz an den Geschäften
- Außenverkauf verstärken
- Abendliche Beleuchtung der Schaufenster, zeitlich einheitlich
- Beleuchtung Innenstadt, Fußgängerüberwege
- Impulskaufartikel im Schaufenster
- Geschenkgeeignete Artikel ins Schaufenster
- Themenbezogene Gestaltung des Schaufensters, z. B. „Wandern“
- Eindeutige Namensgebung am Ladenlokal
- Hintergrundmusik im Laden

Kooperative Maßnahmen (Beispiele)

- Einheitliche (Kern-)Öffnungszeiten
- im Vergleich zu den Konkurrenzstandorten innerörtlich und regional „übliche“ Öffnungszeiten, durchgehend
- Erarbeitung eines Einkaufsführer (Geschäfte nach Standort und Branchen im Stadtplan, zusammen mit Gastronomie und Beherbergungsbetrieben)

- Örtliche Netzwerke (Einzelhandel-Gastronomie, Einzelhandel-Hotellerie, Stolberg Hütte-Stadtmöblierung)
- Verbesserung der Kommunikation zwischen Stadt und Gewerbetreibenden

Von den Gewerbetreibenden wurde insbesondere das Thema der Öffnungszeiten aufgegriffen und kontrovers diskutiert. Hier gehen die Meinungen aufgrund von begrenzten Personalkapazitäten in inhabergeführten Geschäften oder Gastronomiebetrieben, die im Gegensatz zu den Kundenbedürfnissen stehen, stark auseinander. Eine Einigung ist bisher nicht erzielt worden.

Die Verbesserung der Kommunikation zwischen Stadt und Gewerbetreibenden wurde dadurch angegangen, dass der Bürgermeister zu einem ersten bzw. weiteren Treffen der Geschäftsinhaber eingeladen hat.

3.1.4 Einzelbetriebliche Beratungen

Um eine konkretere Umsetzung der Ergebnisse der Branchenmixanalyse zu erreichen, wurde den innerstädtischen Einzelhändlern in Ilseburg vom Deutschen Seminar für Städtebau und Wirtschaft eine kostenlose ca. 2- bis 3-stündige Betriebsberatung angeboten. Durchgeführt wurde die Beratung durch das Institut für Handelsforschung.

Inhalt der Beratung waren die dargestellten Punkte der Branchenmixanalyse, d. h. die Möglichkeiten von Sortimentsumstellungen oder –ergänzungen, neue Serviceleistungen und mögliche Nutzungskopplungen.

Melitta Scarlett (Küchenstudio) sprach Ilseburger Händler an. Aus den über 10 Anfragen wurden die 8 bzw. 9 (das Café wurde aus gegebenem Anlass vor Ort noch hinzugenommen) dann tatsächlich Besuchten durch das IfH ausgewählt. Die Analysen wurden in Ilseburg durch Herrn Dipl.-Kfm. Nicolaus Sondermann und Dr. Andreas Kaapke am Donnerstag, dem 25. Januar und Freitag, dem 26. Januar durchgeführt. Aus folgenden Branchen wurden Geschäfte besucht (CSO = Sondermann; AHK = Kaapke):

- EDV-Zubehör (CSO) (I) (-)
- Fahrradgeschäft (musste leider kurzfristig wegen Einweisung des Geschäftsführers ins Krankenhaus abgesagt werden, wurde aber im Nachgang durch eine telefonische Analyse kompensiert) (CSO) (I) (+)
- Uhren, Schmuck, Juwelier (CSO) (I) (+)
- Buchhandlung (CSO) (I) (+)
- Toto-Lotto (AHK) (I) (-)

- Küchenstudio (AHK) (I) (-)
- Weinhandlung (AHK) (E) (-)
- Hörgeräte (AHK) (I) (+)
- Café am Markt (AHK/CSO) (I) (-)

In nahezu allen Fällen wurde das Gespräch mit den Ladeninhabern geführt bzw. mit der hauptverantwortlichen Verkäuferin. In Klammern steht demnach hinter den jeweiligen Branchen die Funktion des Gesprächspartners (I = Inhaber, E = Erstkraft).

Um Sortimentsanalysen durchführen zu können, ist es angeraten, zunächst eine grundsätzliche Betriebsanalyse anzustoßen. Dies ist dann möglich, wenn dazu Vergleichszahlen vorliegen. Das IfH hat diesbezüglich Vorarbeiten angestrengt und für alle in Frage kommenden Branchen einen Kurzfragebogen (im Sinne eines abgespeckten Betriebsvergleich) den Beteiligten im Vorfeld zugestellt (+ = Fragebogen konnte zugestellt werden; - = Fragebogen konnte nicht zugestellt werden). Als Beispiel ist der Fragebogen für den Sortimentsbuchhandel im Anhang angefügt. Für die Betriebe aus Branchen, für die nicht auf einschlägige Fragebögen des Betriebsvergleichs zurückgegriffen werden konnte, wurden durch vorherige Recherchen andere Materialien für die Beratung bereitgestellt. Bedauerlicherweise haben nicht alle Angeschriebenen einen Fragebogen zurückgeschickt, was die unterschiedliche Qualität der Beratung bedingt hat. Das beste Datenmaterial legte die Buchhandlung, gefolgt von dem Juwelier, vor.

Alle Gespräche folgten dem gleichen Schema: Nach einer betriebswirtschaftlichen Einordnung und einer Begehung der Geschäfte wurde tatsächlich Ausschau gehalten, ob eine Sortimentsmodifikation, Sortimentserweiterung oder auch eine Nutzungskopplung für das Ladenlokal in Frage kommt. Da die zuvor durchgeführten Projekte recht eindeutig hervorgebracht hatten, welche Sortimente insbesondere in den entsprechenden Innenstädten fehlen, wurde insbesondere analysiert, ob etwaige Lücken durch die Geschäfte kompensiert werden konnten. Eine einzelbetriebliche Analyse setzt absolute Vertraulichkeit voraus, so dass an dieser Stelle nicht auf die Ergebnisse im Einzelnen eingegangen werden kann. Im nächsten Punkt sollen dennoch einige grundsätzliche Überlegungen angestrengt werden, wie auf der Grundlage einzelbetrieblicher Analysen und der Optimierung der Geschäfte auch eine Verbesserung der innerstädtischen Struktur angestoßen werden kann.

Bedeutsam für eine in sich stimmige Analyse ist die Auswahl der Geschäfte, die einer näheren Betrachtung unterzogen werden. Hier waren zwei Dinge auffällig. In Ilsenburg wurden für die Analyse sehr viele Geschäfte vorgeschlagen, die nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne (im institutionellen Sinne) zuzurechnen sind. Deshalb konnten einige Geschäfte nicht berücksichtigt werden, andere Geschäfte, die besucht wurden, haben aber ein nur

extrem eingeschränktes Potenzial, die analysierten Defizite tatsächlich aufheben zu können. Hörgerätekustiker, Küchenstudios und Computerspezialisten sind derart spezialisierte Branchen, dass sich Ergänzungen im Sortiment aus anderen Warengruppen nicht wirklich aufdrängen. Es ist hier auch nicht mit Synergien zu rechnen. Auf der anderen Seite wurde in Ilsenburg das Café noch spontan mit einbezogen, weil die Gespräche vor Ort ergaben, dass das Café auch eine angeschlossene Bäckerei unterhält und dort in unmittelbarer Nähe zum Markt Spezialitäten der Region wie Kräuterlikör usw. angeboten werden. Da Ilsenburg eine Wanderhochburg zum Brocken ist und der Marktplatz einen wichtigen Start- und Schlusspunkt für Wanderer darstellt, kommen überdurchschnittlich viele Wanderer an diesem Café vorbei.

Neben der Auswahl der Geschäfte ist auch die Bereitschaft dieser zu einer wirklichen und damit umfassenden Analyse zu nennen. Ohne Einblick in die betriebswirtschaftlichen Kennzahlen dieser Betriebe bleiben die Vorschläge auf der Ebene von „Kaffeesatzleserei“. Mit anderen Worten gilt die Lieferung von brauchbaren Daten als Voraussetzung einer Beratung. Dazu zählen die typischen finanzwirtschaftlichen Kennzahlen wie Umsatz, Kostenarten, Lagerwerte, Spannen und Ergebnis sowie Strukturdaten wie Personal auf 100 % hochgerechnet und qm Geschäfts- und Verkaufsraum.

Da zudem das Sortiment betrachtet werden soll, sind spezifische Kennzahlen zum Sortiment wichtig. Hier wären beispielsweise die anteiligen qm, die Umsätze je Warengruppe, die Lagerumschlagshäufigkeiten in den jeweiligen Warengruppen zu nennen, anhand derer eine erste Einschätzung vorgenommen werden kann.

Sind auf dieser Grundlage geeignete Geschäfte ausgewählt sowie die Analysen im Vorfeld durchgeführt worden, muss im Rahmen einer Inaugenscheinnahme der Situation vor Ort geprüft werden, inwieweit Anpassungen mit den bestehenden Verkaufsräumen machbar sind. Für die Warenpräsentation bestimmter Warengruppen bedarf es spezifischer räumlicher Voraussetzungen. Lassen sich Bücher relativ problemlos in die bestehenden Räume integrieren, sind für Textilien andere Voraussetzungen gegeben (wo kann eine Umkleidekabine installiert werden?).

Die reine Hinzunahme von neuen Sortimentsbestandteilen muss aber auch mit der fachlichen Kompetenz einhergehen. Teile der Quadratmeter, einem neuen Warenbereich zu widmen und dafür die baulichen Voraussetzungen zu schaffen, ist der eine Part, dazu gehört aber auch die Kompatibilität zum bestehenden Sortiment (es muss auch aus den Augen der anvisierten Zielgruppe passen) und es muss auch die notwendige Fachberatung angeboten werden können. Ansonsten läuft das Unternehmen rasch Gefahr, von den Kunden als „inkompetent“ bezeichnet zu werden. (Kann das Café am Markt auch sicherstellen, dass die regionalen Spezialitäten schön eingepackt werden. Ist der Platz dafür vorhanden und wie wirkt sich dies auf den Handverkauf in der Bäckerei und auf den Service im Café aus?).

Es darf darüber hinaus nicht unterschätzt werden, dass zusätzliche Sortimentsbestandteile beschafft werden müssen. Gehört man keinem Verbund an, der auch die „neuen Sortimentsteile“ anzubieten vermag, wird es für den Händler schwer, sich passende Lieferanten zu besorgen. Für die Lieferanten sind kleine Geschäfte, die sich nicht komplett spezialisieren und die Produkte nur als Ergänzung verstehen, in aller Regel nicht sonderlich attraktiv und werden deshalb nicht oder eben nicht besonders intensiv betreut. Gerade aber im Anfangsstadium benötigt der Händler in diesem Segment alle Unterstützung, die er erhalten kann, um das Segment positiv zu entwickeln und voranzutreiben.

Schließlich muss eine Veränderung im Sortimentsbereich auch mit einer Überprüfung der anderen in einem Handelsunternehmen relevanten absatzpolitischen Instrumenten einhergehen (oben wurde dies schon für die Bereiche Warenpräsentation und Personal angedeutet, muss aber auch auf die Kommunikation, die Preispolitik und den Standort ausgedehnt werden).

3.2 Einbindung von Immobilieneigentümern

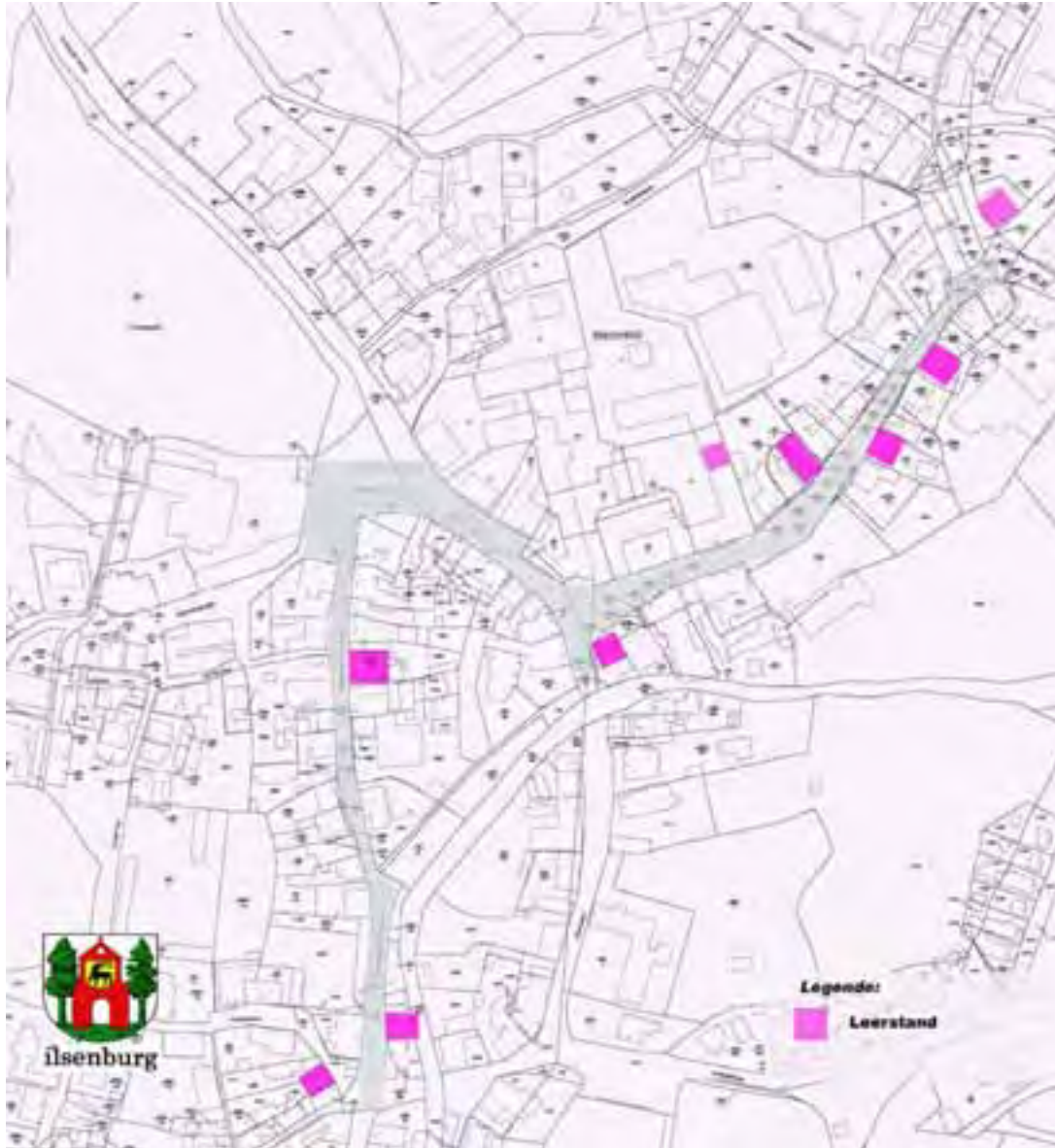
In der 1. Projekt-Werkstatt sowie in verschiedenen Gesprächen mit den Einzelhändlern wurde deutlich, dass Ansiedlungspläne bzw. Expansionspläne von Händlern teilweise an den Mietforderungen der Immobilieneigentümern scheitern. Die Forderung nach einer Einbindung der Eigentümer in den Prozess der Innenstadtentwicklung wurde laut, um den (potenziellen) Händlern flexiblere Rahmenbedingungen für ihre betriebliche Tätigkeit bzw. Existenzgründungen bieten zu können, z. B. durch umsatzbezogene Mieten oder zeitlich gestaffelte Mieten.

Das Deutsche Seminar für Städtebau und Wirtschaft hat zu diesem Thema zwei Veröffentlichungen gemacht, die die Grundlage der hier dargestellten Ausführungen bilden.

- DSSW-Projekt: Handlungsmodelle zur Einbindung von Immobilieneigentümern in die Geschäftsstraßenentwicklung, 2001
- DSSW-Leitfaden: Business Improvement Districts – ein Modell für europäische Geschäftsstraßen, Erste Schritte zur Einbindung von Eigentümern.

Ausgangspunkt für die Einbindung der Immobilieneigentümer ist eine Bestandsaufnahme. Die Stadtverwaltung Ilseburg hat diesbezüglich für den relevanten Innenstadtbereich eine Zusammenstellung gemacht.

Abb. 18: Leerstände in der Ilsenburger Innenstadt



Demnach stehen derzeit neun Ladenlokale leer mit einer Flächengröße bis max. 100 qm. Die Eigentümer kommen überwiegend aus Ilsenburg oder Region. Eigentümer, die außerhalb wohnen, haben eine Wohnungsbaugesellschaft mit der Verwaltung bzw. der Vermarktung der Immobilie beauftragt. Bei zwei Leerständen ist eine Umnutzung in Wohnraum geplant. Die detaillierte Auflistung ist im Anhang beigefügt.

Um Immobilieneigentümer in die Standortentwicklung einzubeziehen, bedient man sich in Deutschland derzeit verschiedener Instrumente, die im folgenden kurz dargestellt werden.

- Flächenbörsen
Präsentation von Gewerbeflächenangeboten im Internet (oft über die IHK oder Wirtschaftsförderung)
- Vermietungsoffensiven
Kooperation von Eigentümern, Gewerbetreibenden und zuständigen Behörden zur Risikoteilung; Vermietung zu Betriebskosten mit Verabredung mittel- und langfristiger Zielmieten oder niedrigeres Mietniveau; umsatzabhängige Mieten
- Erfolgversprechendes Modell: Business Improvement District (BID)
Ein BID ist ein räumlich begrenzter, meist innerstädtischer Bereich, in dem sich Grundeigentümer und Gewerbetreibende zusammenschließen, um auf Grundlage eines abgestimmten Arbeitsprogramms und mittels einer gemeinsamen verpflichtenden Abgabe die Instandhaltung, Aufwertung und Steigerung der Attraktivität ihres Geschäftsquartiers zu leisten. Hierzu bildet eine entsprechende Landesregelung die Grundlage, die in den Bundesländern unterschiedlich ausfällt. In Sachsen-Anhalt gibt es bisher keine gesetzliche Regelung, es existieren jedoch Modellprojekte mit freiwilligem Charakter. Über den Stand der BIDs in Deutschland informiert auch die Internetseite des DSSW (www.dssw.de/ma_einbi_0002.php). Eine Übersicht über den Stand der gesetzlichen Regelungen in den Bundesländern findet sich auch unter http://www.dihk.de/inhalt/download/bid_liste.pdf.

Eine Vorgehensweise zur Einbindung von Immobilieneigentümern wurde im Rahmen eines DSSW-Projektes (s. Veröffentlichungen) in Pilotprojekten erprobt. Dabei hat sich folgendes Vorgehen als weitgehend erfolgreich erwiesen.

- Phase 1: Erste Gespräche des Projektträgers
- Phase 2: Identifikation und Erstansprache der Eigentümer
- Phase 3: Erste Eigentümerversammlungen/Inhalte
- Phase 4: Befragung und Auswertung der Mitwirkungsbereitschaft
- Phase 5: Konzept, Maßnahmen- und Organisationsplanung/Inhalte
- Phase 6: Umsetzung und Controlling

Dabei sind einige Rahmenbedingungen bzw. „Regeln“ zu beachten, die den Prozess positiv beeinflussen.

- Initiative zur Gründung von Eigentümer-Initiativen sollte von Eigentümern selbst ausgehen bzw. von der Stadtverwaltung nur angestoßen werden
- Identifizierung der Eigentümer in Kooperation mit der Stadt
- Vorbereitung von Gesprächen und Veranstaltungen durch persönliches Anschreiben des Bürgermeisters hilfreich
- Möglichkeit einer Befragung, um Interessenslage der Eigentümer auszuloten
- Mitwirkung der Interessensvertretungen der Eigentümer (z. B. Haus & Grund-Ortsvereine)

- Einbindung „großer und starker“ Eigentümer (Pionierfunktion)
- Verdeutlichung: Finanzielle Beteiligung der Eigentümer notwendig
- Prozessmoderation durch externe Experten plus Bildung einer Kern- und Lenkungsgruppe aus mitwirkungsbereiten Eigentümern ideal, um ein Projekt „zum Laufen“ zu bringen (Schaffung von Problembewusstsein, Organisation)
- Organisationsformen: Verein, GmbH, Club- und Interessensgemeinschaften

In Ilsenburg wurde dieses Thema bisher nicht weiter verfolgt.

3.3 Nutzung des Bahnhofsgebäudes

Die aktuelle Situation am Bahnhof Ilsenburg ist folgendermaßen zu beschreiben:

- Bahnhofsgebäude von Deutscher Bahn nicht mehr genutzt
- Fahrkartenverkauf über Automat
- Historisches Gebäude verfällt zusehends
- Bahnhof wichtiger Ankunftsort für Pendler und Tagesausflügler (überwiegend Wanderer zum Brocken)
- Am Bahnhofsvorplatz ein Kiosk
- Pension-Restaurant („Stadt Hamburg“) in direkter Nähe

Insgesamt gestaltet sich das Eingangstor zur Stadt, das von vielen Ausflüglern als Ausgangspunkt für Wanderungen zum Brocken genutzt wird, zunehmend unattraktiv.

Als Zielperspektiven einer künftigen Nutzung gelten die Wiedernutzung des Bahnhofsgebäudes, eine touristische Ausrichtung der Nutzung und die Integration der Serviceleistungen der Bahn (z. B. Fahrkartenverkauf, Information).

Unter Zugrundelegung dieser Zielperspektiven gilt für eine touristisch orientierte Nutzung folgende Grundanforderungen:

- Stadtplan, Stadtumgebungsplan
- Fahrplan und Liniennetz der städtischen und regionalen Verkehrsmittel (Bahn, Bus)
- Hotel- und Unterkunftsverzeichnis; mit integrierter Abfragemöglichkeit
- Gastronomische Angebote
- Leitsystem zu Haltestellen der städtischen Verkehrsmittel und zum Taxistand
- Beginn des Leitsystems zu den wichtigsten Sehenswürdigkeiten, Tourismusinformation und den Hotels und Gastronomiebetrieben

Folgende Vorschläge wurden von den Projektbearbeitern bzw. den Akteuren vor Ort für eine Wiedernutzung gemacht. Einige der Vorschläge sind wiederum einer Veröffentlichung des DSSW entnommen (Bahnhöfe – Revitalisierung durch touristische Nutzung, DSSW-Schrift 24, weitere Veröffentlichung: Dienstleistungen an kleinen Bahnhöfen – Chance für die lokale Wirtschaft, DSSW-Schrift 31)

Radstation (www.radstation.de)

- Fahrradverleih
- Verkauf und Reparatur
- Gesicherte Fahrradaufbewahrung
- Veranstaltung von Radtouren
- Kleiner Laden für Verpflegung, Radwanderkarten etc.
- eventuell Kooperation mit ortsansässigem Fahrradgeschäft und/oder Pension Stadt Hamburg („bikerfreundliches Hotel“)?



Reisebüro mit „bahnfreundlicher“ Ausrichtung (www.gleisnost.de)

- Fahrkartenverkauf
- Informationen zu Zugverbindungen, Preisen, Sonderangeboten der Bahn etc.
- Bahntouristik
- Sonstige Leistungen eines Reisebüros
- Kiosk



Erlebnisgastronomie

- (Erlebnis-) Restauration
- Kulturelle Veranstaltungen
- Eventuell Hotelbetrieb
- Warteraum für Bahnreisende mit Fahrkartenautomat

Beispiel Restaurant DampfloK, Hanau
"DampfloK"
 im Hauptbahnhof Hanau

(Durchgehend von 06.00 bis 22.00 Uhr geöffnet - kein Ruhetag)



Umweltbahnhof

Im zwölften Jahr der Country- und Oldie-Live-Musik gewidmet

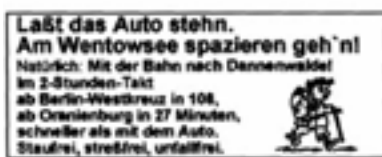
- Vereinshaus
- Feste, Märkte, Musikveranstaltungen
- Touristische Informationen (Wanderwegenetz, Radwanderwege etc.)
- Nationalpark-Informationen
- Gastronomie
- „Wanderherberge“
- Fahrradaufbewahrung

Beispiel Umweltbahnhof Dannenwalde (www.umweltbahnhof-dannenwalde.de)

Herzlich Willkommen!

Am Bahnhof Dannenwalde,
dem Ausgangspunkt Ihrer Wanderung:

Rund um den Kleinen Wentowsee.



Jugendherberge

- Gästebetten
- Restauration
- Info-Point für Bahnreisende

Hierfür gibt es kein konkretes Beispiel einer realisierten Jugendherberge in einem ehemaligen Bahnhofsgebäude. Die Internetseite des Deutschen Jugendherbergwerks (www.djh.de) gibt jedoch bereits einen Eindruck davon, dass diese Unterakunftsform einen Image- und Angebotswandel durchgemacht hat, der die Attraktivität als günstige Unterkunft für Jugendliche und Familien steigerte.

Die Gespräche des Bürgermeisters bzw. der Stadtverwaltung mit der Deutschen Bahn ergaben, dass die Bahn das Gebäude auf keinen Fall vermieten, sondern verkaufen möchte. Derzeit gehen die Vorstellungen von einem marktgerechten Preis aus. Die Stadt Ilsenburg bzw. der Bürgermeister möchte jetzt den Erwerb der Bahnhofsimmobilie prüfen und diese Option

auch im Stadtrat vorbringen, um einen dahingehenden Beschluss zu erwirken. Kaufverhandlungen mit der Deutschen Bahn laufen derzeit.

Ziel der Stadt ist es, die Immobilie zu erwerben und dann unter günstigen Konditionen (eventuell lediglich zu den Selbstkosten) an einen privaten Nutzer zu vermieten.

Parallel zu dieser Diskussion kam ins Gespräch, sich bezüglich der Revitalisierung des Bahnhofsgebäudes an dem Programm der NaSa (Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt) Revita zu beteiligen. Im Rahmen dieses Programms werden insbesondere die Entwicklung von Nutzungskonzepten, Wirtschaftlichkeitsberechnungen etc. gefördert. Die Bewerbung Ilsenburgs hatte hierbei Erfolg und der Bahnhof wurde in das Programm aufgenommen. Das vorgelegte Nutzungskonzept der Stadt Ilsenburg für den Bahnhof umfasst folgende Elemente:

- Reisebüro mit Fahrkartenverkauf
- Ausstellungsraum für Tourismus GmbH Ilsenburg
- Fahrradverleih (betrieben eventuell durch örtlichen Anbieter)
- Geführte Wanderungen (betrieben eventuell durch örtlichen Anbieter)
- Wanderunterkunft
- Imbiss/Kiosk

Neben einer Bereisung erfolgreicher Projekte im Mai 2007 steht als nächster Projektschritt die Ausschreibung von Seiten der Stadt an, um geeignete Betreiber für die Nutzungselemente zu finden.

3.4 Kooperation der Gewerbetreibenden

Vor ca. fünf Jahren ist eine Kooperation der Gewerbetreibenden versandet, da die verantwortliche Person, die die Kooperation aktiv vorangetrieben hatte, ihr Geschäft an einen anderen Händler übergeben hat und aus Ilsenburg weggezogen ist.

Seitdem erfolgte keine bzw. wenig geplante Zusammenarbeit zwischen den Gewerbetreibenden.

Da die Forderung nach abgestimmten Maßnahmen jedoch im Rahmen der 1. Projekt-Werkstatt wieder laut wurde und für die Innenstadtentwicklung auch unabdingbar ist, soll die Kooperation wiederbelebt werden.

Der Bürgermeister erklärte sich zunächst bereit, ein erstes Treffen zu organisieren, das Mitte November 2006 stattfand. An diesem Treffen, das im Eiscafé im Marienhof stattfand, nahmen sieben Gewerbetreibende teil. Es wurde jedoch kein erneutes Treffen vereinbart.

Im Rahmen der 2. Projekt-Werkstatt wurde das Thema jedoch nochmals aufgegriffen und spontan ein weiterer Termin für eine Sitzung festgelegt. Im Rahmen dieses Treffens erklärten sich dann zwei Unternehmerinnen bereit, die weiteren Sitzungen festzulegen und zu organisieren, um den Prozess am Laufen zu halten.

Konkrete inhaltliche Maßnahmen wurden bisher nicht abgestimmt. Die Verkehrssituation in der Innenstadt wurde zum wiederholten Male diskutiert und eine verbesserte Abstimmung mit der Stadt angemahnt.

Das Angebot der einzelbetrieblichen Beratungen durch das DSSW wurde ebenfalls besprochen und positiv bewertet, so dass insgesamt 10 Gewerbetreibende (acht Einzelhändler, zwei Gastronomen) Interesse an einer Beratung angemeldet haben.

Nach Durchführung der betrieblichen Beratungen laufen die Treffen der Gewerbetreibenden weiter. Der Bürgermeister, Wilfried Obermüller, erklärt sich weiterhin bereit, zu Treffen einzuladen. Thema des letzten Gespräches im März 2007 war die Planung der Stadtverwaltung, das Bürgeramt am Marktplatz aus Kostengründen in die Stadtverwaltung am Ortsrand (Harzburger Str.) zu verlagern. Die Händlerschaft steht dieser Planung negativ gegenüber, da aus ihrer Sicht ein wichtiger Frequenzbringer aus der Innenstadt herausgenommen wird.

Die Fronten zwischen den Gewerbetreibenden und der Stadtverwaltung scheinen auch über dieses Thema hinaus weiterhin verhärtet. Die Motivation der Händler untereinander zu kooperieren sinkt u. a. aufgrund dieses Verhältnisses.

4. Dokumentation der Projekt-Werkstätten

Im Folgenden werden die zwei Projekt-Werkstätten inhaltlich dargestellt. Die Einladungen und Teilnehmerlisten finden sich im Anhang.

4.1 1. Projekt-Werkstatt (26.10.07)

Nach dem Vortrag durch die Bearbeiter, dessen Inhalt in die zuvor dargestellten Ergebnisse eingeflossen sind, gab es zahlreiche Anregungen der Teilnehmer.

Anregungen von Teilnehmern

- Mietforderungen der Eigentümer von Leerständen sind zu hoch, umsatzorientierte Miete, Mietanpassungen notwendig
- Leerstände/Gebäude in Genossenschaft zusammenführen
- Parkraum in der Innenstadt fehlt; Gartengrundstücke zwischen Marienhöfer Str. und Rudolf-Breitscheid-Str. aufkaufen und umwandeln
- Ilseburg wird als Bahnknotenpunkt weiter ausgebaut, da Bahnstrecke Hannover-Hildesheim höhere Bedeutung erlangt
- Bahnhof liegt zu weit von der Innenstadt (ca. 500m), um zur Innenstadt gezählt zu werden; isolierte Angebote in Bahnhof und Innenstadt
- Markthalle im Bahnhof
- DDR-typische Produkte, „Ostbahnhof“
- Jugendherberge
- DB-Vertreter zur 2. Projekt-Werkstatt einladen
- Fehlender Herreenausstatter in Innenstadt („Nischenprodukte“)
- weitere Serviceleistungen der Händler (Bsp. ehemaliges Tapeten- und Farbengeschäft)
- Touristische Werbung in Westdeutschland verstärken, auch durch Engagement der Hotels
- Landschaftsfaktor/Erholung bei touristischer Vermarktung stärker in den Vordergrund; steigendes Potenzial der Senioren
- mögliche Fördermittel für Existenzgründungen im Handel? Wird von IHK-Vertreter relativiert, gibt es im Grunde nicht
- Notwendigkeit der Verbesserung der Außendarstellung, Ladenlokale und Schaufenster
- Notwendigkeit des Zusammenschlusses der Gewerbetreibenden; z. B. unterschiedliche Öffnungszeiten am Samstag (teilweise 11.00 Uhr)
- Rabattkarten auf Stadtplan abgedruckt; Kooperation Händler – Tourismus GmbH
- Verbesserungspotenzial bei Kommunikation zwischen Stadt und Händlern, z. B. frühere Ankündigungen von Veranstaltungen

Aus diesen Anregungen wurden fünf Handlungsfelder abgeleitet, die durch Punkte von den Teilnehmern in eine Rangfolge gebracht wurden.

Bewertete Handlungsfelder (44 zu vergebende Punkte, max. 2 für ein Handlungsfeld)

- (1) Branchenmix, Sortimentsstruktur, Servicedienstleistungen (14 Pkt.)
- (2) Einbindung von Immobilieneigentümern (12 Pkt.)
- (3) Nutzung des Bahnhofsgebäudes (10 Pkt.)
- (4) Organisation und Kooperation der Gewerbetreibenden (8 Pkt.)
- (5) Vermarktung, Außendarstellung (8 Pkt.)

Die ersten beiden Handlungsfelder wurden zur Bearbeitung von den Projektbearbeitern übernommen. Die Stadtverwaltung bzw. der Bürgermeister kümmerte sich um den Kontakt zur Deutschen Bahn und hat die Gewerbetreibenden zu einem ersten Treffen eingeladen. Die Nutzung des Bahnhofes wurde darüber hinaus von zwei ortsansässigen Händlern konzeptionell weiterentwickelt. Das fünfte Handlungsfeld wurde zunächst nicht weiter verfolgt.

4.2 2. Projekt-Werkstatt (21.11.07)

In der zweiten Projekt-Werkstatt wurden die vier Handlungsfelder, die in der ersten Werkstatt zur weiteren Bearbeitung definiert wurden, vorgestellt.

Die Themen „Branchenmix, Sortimentsstruktur, Servicedienstleistungen“ und „Einbindung von Immobilieneigentümern“ wurden von den Projektbearbeitern vorgestellt. Die Ergebnisse sind in die vorherigen Darstellungen eingeflossen.

Zum Thema Branchenmix, Sortimentsstruktur, Servicedienstleistungen gab es von den Teilnehmern folgende Anregungen bzw. Beiträge:

- Eine Erweiterung des Sortimentes scheitert in vielen Geschäften an einer zu geringen Verkaufsfläche. Verkaufsflächenerweiterungen sind im Grunde aufgrund der Gebäudestrukturen auch selten möglich.
- Hinzu kommt ein immer geringer werdendes Investitionsrisiko durch die Banken, durch das den Händlern wenig Spielraum zu Neuinvestitionen gegeben wird.
- Als mögliches Ziel für die künftige Einzelhandelsentwicklung wurde genannt, „alte“ Kunden zurückzugewinnen und neue Kunden anzuziehen, da davon ausgegangen wird, dass viele Kunden aus der Ilsenburger Innenstadt „abgewandert“ sind. Die Abwanderung wurde einerseits durch den Ausbau der Einzelhandelsangebote in den Konkurrenzorten begründet, andererseits durch die Schließung von Geschäften in der Ilsenburger

Innenstadt. Ein mögliches Instrument hierfür wären Rabattheft, da der Preis momentan als Kundenbindungsinstrument „in“ ist.

- Ein zentrales Problem wird in den Ladenöffnungszeiten gesehen, die zum einen verlängert und zum anderen abgestimmt werden müssen.
- Vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung wurde angeregt, Hilfsmittel für Senioren (z. B. Orthopädietechnik) stärker in den Sortimenten und bei den Serviceleistungen (z. B. Bringdienste) zu berücksichtigen.

Zum Handlungsfeld „Nutzung des Bahnhofs“ nahm Herr Bürgermeister Obermüller für die Stadt Stellung. Er stellte in Aussicht, dass die Stadt einen Kaufantrag für den Bahnhof bei der Deutschen Bahn stellen will, um das Gebäude zu „sichern“ und eine Entwicklung wie beim Ilsenburger Schloss zu verhindern. Dort wird eine Projektentwicklung im Sinne des Gesamtstandortes derzeit durch die privaten Eigentümer verhindert. Eine Anmietung kommt aus Sicht der Deutschen Bahn nicht in Frage. Ist das Gebäude erst in kommunaler Hand, steht es privaten Unternehmern frei, Nutzungskonzepte zu entwickeln. Eine Nutzungsidee der mit dem Thema befassten Händler war die Einrichtung einer Jugendherberge, z. B. mit Bowlingbahn, Fahrradverleih, geführten Wanderungen und Kiosk.

Das Handlungsfeld „Kooperation der Gewerbetreibenden“ wurde aufgegriffen und das erste Treffen, an dem acht Unternehmer teilgenommen hatten, als „mäßig“ erfolgreich beschrieben. In erster Linie ging es inhaltlich bei dem Treffen um die Parkplatzsituation, die von Stadt und Handel unterschiedlich gesehen wird sowie um die Ladenöffnungszeiten, die von einigen Unternehmern als zu kurz und zu uneinheitlich empfunden wurden.

Da kein neuer Termin für eine Zusammenkunft angesetzt wurde, im Teilnehmerkreis der Werkstatt jedoch der Bedarf hierfür gesehen wurde, kam der spontane Vorschlag, an diesem Abend einen neuen Termin festzusetzen. Dieser Vorschlag wurde von den anwesenden Gewerbetreibenden aufgenommen und ein Termin vereinbart.

Inhaltlich wurden folgende Vorschläge für die Diskussion der Gewerbetreibenden untereinander gemacht:

- Abstimmung der Ladenöffnungszeiten; Einhaltung von „Grundzeiten“; Berücksichtigung der Bedürfnisse der Touristen
- gemeinsame Aktionen zum Instrument Preis im Sinne von Rabatten (z. B. Gutscheine für Touristen)
- Abstimmung der Schaufenstergestaltung
- Nutzung der Parkgebühren für die Händler (z. B. Werbung auf der Rückseite der Parktickets)

5. Zusammenfassung und Ausblick

Das Ziel des Projektes Impulse für die Innenstadt Ilseburg zu setzen hatte in drei Punkten Erfolg. Zunächst stießen die angebotenen einzelbetrieblichen Beratungen unter den Gewerbetreibenden auf große Resonanz und damit konnten die Fragen des Branchenmix und seiner Gestaltung in die einzelnen Geschäfte getragen werden. Eine Umsetzung bleibt abzuwarten.

Des Weiteren wurde die Kooperation unter den Gewerbetreibenden wiederbelebt und auch die Kommunikation zwischen Stadtverwaltung und Händlerschaft intensiviert. Seit der Durchführung des Projektes kam es zumindest zu regelmäßigen Treffen, die auch weiterhin fortgesetzt werden sollen. Konkrete Maßnahmen sind hieraus allerdings noch nicht erwachsen, aber allein die Fortsetzung der regelmäßigen Treffen und das „in die Hand nehmen“ durch einzelne Unternehmerinnen ist bereits ein großer Fortschritt gegenüber der bisherigen Situation.

Ein weiterer Impuls wurde im Hinblick auf die Revitalisierung des Bahnhofes gegeben, die durch das Interesse einzelner ortsansässiger Unternehmer sowie durch das Programm Revita der Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt Schubkraft erhalten hat. Hier ist eine konkrete Planung für die Umsetzung, aber auch eine Realisierung absehbar, da die Stadt sich als Investor für das Gebäude bereitfindet und durch die öffentliche Förderung der Nutzungskonzeptionsentwicklung eine weitere Konkretisierung ermöglicht wird.

Inwieweit das DSSW-Projekt über Impulse hinaus zu weiteren Maßnahmenplanungen und Umsetzungen führt, bleibt abzuwarten. Im wesentlichen ist dies von dem Engagement der Verantwortlichen vor Ort abhängig, die angestoßenen Ideen und Kommunikations- bzw. Organisationsstrukturen zu nutzen.

Anhang

Nutzungen in Ilsenburg (Erfassung der Einzelbetriebe)

Funktion	Branche	Anrede	Vorname	Name	Straße	PLZ Ort
Volksbank eG	Dienstleistung				Harzburger Straße 2	38871 Ilsenburg
Reisebüro Atlasreisen	Dienstleistung	Herrn	Thomas	Friedrich	Marienhöfer Straße 1a	38871 Ilsenburg
B. Hasenbalg Immobilien	Dienstleistung				Marienhöfer Straße 26	38871 Ilsenburg
Reisebüro Ilsenburg	Dienstleistung	Frau	Annett	Brüning	Marienhöfer Straße 27	38871 Ilsenburg
Studienkreis- Nachhilfe	Dienstleistung				Marienhöfer Straße 9 c	38871 Ilsenburg
Spielhalle Kolodzyk M.	Dienstleistung				Marienhöfer Straße 9 e	38871 Ilsenburg
Harzer Survivalschule L. Spanger	Dienstleistung				Marktplatz 2	38871 Ilsenburg
Four Moments	Dienstleistung				Pfarrstraße 12	38871 Ilsenburg
Gemeinschaftspraxis May	Dienstleistung				Pfarrstraße 15	38871 Ilsenburg
Niklasch W. Dipl.-Phys.	Dienstleistung				Rudolf-Breitscheid-Straße 1	38871 Ilsenburg
Klinger Hausverwaltungs GmbH	Dienstleistung				Rudolf-Breitscheid-Straße 16	38871 Ilsenburg
Sozialstation des paritätischen Wohlfahrtsverbandes	Dienstleistung				Rudolf-Breitscheid-Straße 18	38871 Ilsenburg
Ilsenburger Dentallabor GmbH	Dienstleistung				Rudolf-Breitscheid-Straße 18	38871 Ilsenburg
Heilpraktiker Haberlag	Dienstleistung				Rudolf-Breitscheid-Straße 4	38871 Ilsenburg
Sparkasse Wenigerode - Geschäftsstelle Ilsenburg	Dienstleistung				Faktoreistraße 33	38871 Ilsenburg
Gärtnerei Rohde	Einzelhandel	Frau	Magarete	Rohde	Faktoreistraße 8	38871 Ilsenburg
Askulap	Einzelhandel				Freidenstraße 45	38871 Ilsenburg
Kik Ilsenburg	Einzelhandel				Harzburger Straße 28 - 30	38871 Ilsenburg
Lidl	Einzelhandel				Harzburger Straße 28-30	38871 Ilsenburg
Schlecker	Einzelhandel				Heinrich-Heine-Straße 12	38871 Ilsenburg
Neckermann	Einzelhandel				Kroatensstraße 1	38871 Ilsenburg
Getränkesservice Grundmann	Einzelhandel	Frau	Carmen	Grundmann	Kroatensstraße 2	38871 Ilsenburg
Bucheck	Einzelhandel				Kroatensstraße 8	38871 Ilsenburg
Netto Marken-Discount	Einzelhandel				Mahrholzberg 1	38871 Ilsenburg
Schreib- und Spielwaren / Postfiliale	Einzelhandel	Frau	Marlies	Otto	Marienhöfer Straße 1	38871 Ilsenburg
Der kleine Blumenfreund	Einzelhandel	Herrn	Ronny	Neumann	Marienhöfer Straße 1	38871 Ilsenburg
Asia Shop	Einzelhandel				Marienhöfer Straße 12	38871 Ilsenburg
Lotto-Toto und Tabakwaren	Einzelhandel	Frau	Silvia	Köhler	Marienhöfer Straße 14	38871 Ilsenburg
MS Elektronik	Einzelhandel	Herrn	Mike	Schröder	Marienhöfer Straße 15	38871 Ilsenburg
Quelle Shop	Einzelhandel				Marienhöfer Straße 17 a	38871 Ilsenburg
Bad Bikes	Einzelhandel	Herrn	Maik	Stamm	Marienhöfer Straße 2	38871 Ilsenburg
Uhren Wipperling G.	Einzelhandel	Herrn	Gerhard	Wipperling	Marienhöfer Straße 27	38871 Ilsenburg
Kosmetik- und Wellnessstudio, Parfümerie	Einzelhandel	Frau	Kathrin	Dümmler	Marienhöfer Straße 6	38871 Ilsenburg
Textilladen	Einzelhandel				Marienhöfer Straße 7???	38871 Ilsenburg
Fleischerei Müller	Einzelhandel				Marienhöfer Straße 9 a	38871 Ilsenburg
Bäckerei Siemer	Einzelhandel				Marienhöfer Straße 9 a	38871 Ilsenburg
Quickschuh	Einzelhandel	Herrn	Peter	Severin	Marktplatz 3	38871 Ilsenburg
Uhrmacher Lis	Einzelhandel	Frau	Gabriele	Lis	Marktplatz 4	38871 Ilsenburg
Hirsch-Apotheke	Einzelhandel	Herrn	Christian	Schulze	Marktplatz 5	38871 Ilsenburg
Bäckerei Karl-Heinz Kelber	Einzelhandel	Herrn	Karl-Heinz	Kelber	Mühlenstraße 1	38871 Ilsenburg
Elektromeister Fischer	Einzelhandel				Pfarrstraße 6	38871 Ilsenburg
Antiquitäten Klapproth und Kleindienst	Einzelhandel				Rudolf-Breitscheid-Straße 12	38871 Ilsenburg
Schneevoigt-Werkzeugtechnik	Einzelhandel				Rudolf-Breitscheid-Straße 21	38871 Ilsenburg
W einhandel	Einzelhandel	Herrn	Bernhard	Hentschel	Rudolf-Breitscheid-Straße 21	38871 Ilsenburg
Augenoptik Dähnn	Einzelhandel	Herrn	Martin	Dähnn	Rudolf-Breitscheid-Straße 22	38871 Ilsenburg
comnet-world PC&Netzwerksservice	Einzelhandel				Rudolf-Breitscheid-Straße 3	38871 Ilsenburg
Fotostudio Kretschmann	Einzelhandel	Frau	Ilka	Wiegelman	Rudolf-Breitscheid-Straße 7	38871 Ilsenburg
Scarlett Möbel	Einzelhandel	Frau	Melitta	Scarlett	Rudolf-Breitscheid-Straße 8	38871 Ilsenburg
Aldi	Einzelhandel				Veckenstedter Weg	38871 Ilsenburg
E neukauf Ilsenburg	Einzelhandel				Veckenstedter Weg 1	38871 Ilsenburg
Textilien / Geschenkartikel	Einzelhandel				Marienhöferstraße 8	38871 Ilsenburg

Funktion	Branche	Anrede	Vorname	Name	Straße	PLZ Ort
Hotel Stadt Stolberg	Gastronomie/Hotellerie				Faktoreistraße 5	38871 Ilsenburg
Müller's Fisch- u. Speisegaststätte	Gastronomie/Hotellerie				Hochofenstraße 3	38871 Ilsenburg
Ilsestübchen	Gastronomie/Hotellerie				Ilsetal 14	38871 Ilsenburg
Asia Restaurant Dragon	Gastronomie/Hotellerie				Kroatienstraße 2 c	38871 Ilsenburg
Schröders Cafe' u. Bier Point	Gastronomie/Hotellerie				Marienhöfer Straße 14	38871 Ilsenburg
Bistro (Döner)	Gastronomie/Hotellerie				Marienhöfer Straße 9 a	38871 Ilsenburg
Eiscafe Paradiso Am Marienhof	Gastronomie/Hotellerie				Marienhöfer Straße 9 a	38871 Ilsenburg
Pizzeria Antica Roma	Gastronomie/Hotellerie				Marienhöfer Straße 9 f	38871 Ilsenburg
Restaurant/Hotel zu den Rothen Forellen	Gastronomie/Hotellerie	Herrn	Reinhard	Prause	Marktplatz 2	38871 Ilsenburg
Café am Markt	Gastronomie/Hotellerie				Marktplatz 3	38871 Ilsenburg
Harzrock-Café	Gastronomie/Hotellerie	Herrn	Sven	Wernecke	Mühlenstraße 17	38871 Ilsenburg
Schlemmereck	Gastronomie/Hotellerie	Herrn	Christian	Niehoff	Mühlenstraße 24	38871 Ilsenburg
Zur Silbertanne	Gastronomie/Hotellerie				Rudolf-Breitscheid-Straße 17	38871 Ilsenburg
Dönerladen	Gastronomie/Hotellerie				Rudolf-Breitscheid-Straße 22	38871 Ilsenburg
Altstadthotel	Gastronomie/Hotellerie	Frau	Dilizia Maria	DeMelo	Wernigeröder Str. 1	38871 Ilsenburg
Sportlergaststätte	Gastronomie/Hotellerie				Wernigeröder Straße 37	38871 Ilsenburg
Zum Harzer Jägereck	Gastronomie/Hotellerie				Wernigeröder Straße 49	38871 Ilsenburg
Elektro Kiesel	Handwerk	Herrn	Bodo	Kiesel	Marienhöfer Straße 15	38871 Ilsenburg
Restaurierungen Behrens	Handwerk				Marktplatz 3	38871 Ilsenburg
Hüttenmuseum	Kultur				Marienhöfer Straße 9 b	38871 Ilsenburg
LEER	Leerstand				Vogelgesang 10	38871 Ilsenburg
LEER	Leerstand				Hochofenstraße 48	38871 Ilsenburg
LEER	Leerstand				Marienhöfer Straße 17	38871 Ilsenburg
LEER	Leerstand				Marienhöfer Straße 24 a	38871 Ilsenburg
LEER	Leerstand				Marienhöfer Straße 8	38871 Ilsenburg
LEER	Leerstand				Marienhöferstraße 17a	38871 Ilsenburg
LEER	Leerstand				Marienhöferstraße 23	38871 Ilsenburg
LEER	Leerstand				Marienhöferstraße 26	38871 Ilsenburg
LEER	Leerstand				Rudolf-Breitscheid-Straße 10	38871 Ilsenburg
LEER	Leerstand				Rudolf-Breitscheid-Straße 19	38871 Ilsenburg
Stadtbibliothek	öffentliches Gebäude, Service				Marienhöfer Straße 9 b	38871 Ilsenburg
Tourismus GmbH Ilsenburg	öffentliches Gebäude, Service	Herrn	Frank	Glitsch	Marktplatz 1	38871 Ilsenburg
Verwaltungsgemeinschaft Ilsenburg	öffentliches Gebäude, Service				Marktplatz 1	38871 Ilsenburg

Leerstände in der Innenstadt Ilsenburg

Objekt	Eigentümer	Adresse	Telefonnr.	Gewerbefläche/ Bemerkung
Rudolf-Breitscheid-Straße 10	Gerhard und Annemarie Dannhauer	Rudolf-Breitscheid-Straße 10 38871 Ilsenburg	039452/8293	beabsichtigen Umnutzung zur Wohnung
Rudolf-Breitscheid-Straße 19	Jürgen und Hanne Weitsch	Goethestraße 117 64839 Münster		50,85 m²
Rudolf-Breitscheid-Straße 19	Jürgen und Hanne Weitsch	Goethestraße 117 64839 Münster	039452/8181	63,67 m²
Marienhöfer Straße 17	Erbengemeinschaft Hansen	Fr. Juliane Hansen Keplerstraße 13 21034 Böblingen		
Marienhöfer Straße 8	Heinz Plate	Marienhöfer Straße 8 38871 Ilsenburg		
Marienhöferstraße 23	Valentin Schipp	Marienhöfer Straße 23 38871 Ilsenburg	039452/49225	wird mglw. bereits als Wohnraum genutzt
Marienhöfer Straße 24 a	Dr. Holger Krebs	Paulsborner Straße 56 14199 Berlin-Wilmersdorf	Mutter: Sigrid Krebs Marienhöfer Str. 24 a 039452/2651	kein Interesse
Marienhöferstraße 26	Bernd Hasenbalg	Marienhöfer Straße 26 38871 Ilsenburg		
Hochofenstraße 48	Anett Brüning	Bei den Schlehen 4b 38855 Wernigerode	03943/633266	
Marienhöferstraße 17a	Karl Ludwig und Erna Kätzel	Marienhöfer Straße 17a 38871 Ilsenburg	039452/80145	vermietet an Busunternehmen (kein Schaufenstererlebnis)

Einladungen zu den Projekt-Werkstätten

Die Einladungen wurden von der Stadtverwaltung Ilsenburg auf dem entsprechenden Briefpapier verschickt.

Projekt „Innenstadtbelebung durch wirtschaftliche Entwicklung in Kleinstädten“

Einladung zur 1. Projektwerkstatt am 26.10.06

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Stadt Ilsenburg ist in das Projekt „Innenstadtbelebung durch wirtschaftliche Entwicklung in Kleinstädten“ aufgenommen worden, das vom Deutschen Seminar für Städtebau und Wirtschaft in Berlin (DSSW) entwickelt und finanziert wird. Das DSSW widmet sich im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums schwerpunktmäßig der Förderung von Stadt- und Wirtschaftsentwicklung ostdeutscher Städte und Gemeinden.

Im Rahmen des Projektes soll der Blick darauf gerichtet werden, welche Einzelhandelsangebote in der Innenstadt den Bedürfnissen der Wohnbevölkerung und der Touristen gerecht werden und wie sie gestaltet werden könnten. Darüber hinaus wird eine Nutzung des zur Zeit leer stehenden Bahnhofsgebäudes diskutiert. Hierzu sollen konkrete Vorschläge erarbeitet und deren Umsetzung vorbereitet werden. Dies wird vor allem dann erfolgreich sein, wenn sich viele, die das Angebot der Innenstadt mit gestalten, beteiligen.

Wir möchten Sie deshalb herzlich einladen, an diesem Prozess mitzuwirken und mit zu diskutieren. Dazu sind zwei sog. Projekt-Werkstätten geplant. Die 1. Werkstatt findet am

26. Oktober 2006, 14.00 Uhr

**im Sitzungssaal der Verwaltungsgemeinschaft Ilsenburg,
Harzburger Straße 24, 2. Obergeschoss**

statt.

Eine Übersicht zu den Punkten, die diskutiert werden sollen, finden Sie beiliegend. Die Werkstatt wird vom Institut für Handelsforschung (Köln) und der Planersocietät (Dortmund) moderiert, die vom DSSW mit der Durchführung des Projektes beauftragt worden sind.

Die 2. Projekt-Werkstatt wird am 23. November 2006, 14.00 Uhr, stattfinden. Wir möchten Sie bitten, sich diesen Termin bereits vorzumerken.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme und eine konstruktive Diskussion. Bitte informieren Sie uns unter o. g. Telefonnummer oder Email-Adresse über Ihre Teilnahme.

Mit freundlichen Grüßen

Obermüller
Bürgermeister

**Projekt „Innenstadtbelegung durch wirtschaftliche Entwicklung
in Kleinstädten“**

Einladung zur 2. Projektwerkstatt am 21.11.06

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir möchten Sie hiermit herzlich zur Fortsetzung unserer Diskussion zur Belegung der Ilsenburger Innenstadt einladen. Die 2. Projekt-Werkstatt wird am **21. November 2006, um 18.30 Uhr** in der neu eröffneten **Nagelhütte** im Ilsetal stattfinden.

In der 1. Projekt-Werkstatt wurden fünf Themenfelder definiert, die den Teilnehmern für die weitere Entwicklung der Innenstadt wichtig erscheinen. Sowohl die Teilnehmer selbst als auch das Institut für Handelsforschung bzw. die Planersocietät haben die Bearbeitung verschiedener Punkte übernommen. Die Ergebnisse der Überlegungen, Recherchen und Diskussionen zu den als wichtigsten bewerteten Themenfelder sollen in dieser Projekt-Werkstatt vorgestellt und das weitere Vorgehen abgestimmt werden.

Wir würden uns sehr über eine Fortführung der konstruktiven Diskussion freuen. Bitte bestätigen Sie Ihre Teilnahme unter o.g. Telefonnummer oder Email-Adresse.

Mit freundlichen Grüßen

Obermüller
Bürgermeister

Teilnehmerlisten der Projekt-Werkstätten

Einladungsliste 1. Projekt-Werkstatt (Teilnehmer fett gekennzeichnet)

lfd. Nr.	Funktion	Anrede	Vorname	Name	Straße HNr.	PLZ Ort
1	Bürgermeister	Herrn	Wilfried	Obermüller	Harzburger Straße 24	38871 Isenburg
2	SPD-Fraktionsvorsitzender	Herrn	Dr. Joachim	Dähnn	Mahrholzberg 31a	38871 Isenburg
3	CDU/FDP-Fraktionsvorsitzender	Herrn	Werner	Hofmann	Ilsetal 1a	38871 Isenburg
4	PDS-Fraktionsvorsitzender	Herrn	André	Lüderitz	Waldhöhenstraße 1	38871 Isenburg
5	Geschäftsführer der Tourismus GmbH	Herrn	Frank	Glitsch	Marktplatz 1	38871 Isenburg
6	Bau- und Ordnungsamt/Bereich Bauleitplanung	Frau	Katja	Dumke	Harzburger Straße 24	38871 Isenburg
7	Planungsbüro	Herrn		Krause	Parkstraße 4	38315 Beuchte / Schladen
8	Volksstimme Wernigerode	Herrn	Jens	Müller	Breite Straße 48	38855 Wernigerode
9	Neue Wernigeröder Zeitung	Herrn	Werner	Haberland	Buchbergstraße 1b	38871 Isenburg
10	Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr	Herrn	Wilfried	Köhler	Turmschanzenstraße 30	39114 Magdeburg
11	Industrie- und Handelskammer Magdeburg			Sommer	Alter Markt 8	39104 Magdeburg
12	Sparkasse Zweigstelle Isenburg				Faktoreistraße	38871 Isenburg
13	Volksbank Zweigstelle Isenburg				Harzburger Straße 2	38871 Isenburg
14	Augenoptik Dähnn	Herrn	Martin	Dähnn	Rudolf-Breitscheid-Straße 22	38871 Isenburg
15	Quickschuh	Herrn	Peter	Severin	Marktplatz 3	38871 Isenburg
16	Bucheck	Herrn	Rainer	Schulze	Kroatensstraße 8	38871 Isenburg
17	Schreib- und Spielwaren / Postfiliale	Frau	Marlies	Otto	Marienhöfer Straße 1	38871 Isenburg
18	Der kleine Blumenfreund	Herrn	Ronny	Neumann	Marienhöfer Straße 1	38871 Isenburg
19	Lotto-Toto und Tabakwaren	Frau	Silvia	Köhler	Marienhöfer Straße 14	38871 Isenburg
20	MS Elektronik	Herrn	Mike	Schröder	Marienhöfer Straße 15	38871 Isenburg
21	Eigentümer Marienhof-Komplex	Herrn	Erich	Festerling	Marienhöfer Straße 9 a	38871 Isenburg
22	Elektro Kiesel	Herrn	Bodo	Kiesel	Marienhöfer Straße 15	38871 Isenburg
23	Bad Bikes	Herrn	Maik	Stamm	Marienhöfer Straße 2	38871 Isenburg
24	Uhrmacher Lis	Frau	Gabriele	Lis	Marktplatz 4	38871 Isenburg
25	Scarlett Möbel	Frau	Melitta	Scarlett	Rudolf-Breitscheid-Straße 8	38871 Isenburg
26	Uhrmacher	Herrn	Gerhard	Wipperling	Marienhöfer Straße 27	38871 Isenburg
27	Hirsch-Apotheke	Herrn	Christian	Schulze	Marktplatz 5	38871 Isenburg
28	Fleischerei Spormann	Herrn	Uwe	Lickefett	Buchbergstraße 87	38871 Isenburg
29	Reisebüro	Frau	Annett	Brüning	Marienhöfer Straße 27	38871 Isenburg
30	Kosmetik- und Wellnessstudio	Frau	Kathrin	Dümmler	Marienhöfer Straße 6	38871 Isenburg
31	Reisebüro	Herrn	Thomas	Friedrich	Marienhöfer Straße 1a	38871 Isenburg
32	Weinhandel	Herrn	Bernhard	Hentschel	Rudolf-Breitscheid-Straße 21	38871 Isenburg
33	Antiquitäten Klapproth und Kleindienst				Rudolf-Breitscheid-Straße 12	38871 Isenburg
34	Fotostudio Kretschmann	Frau	Ilka	Wiegelmann	Rudolf-Breitscheid-Straße 7	38871 Isenburg

Einladungsliste 1. Projekt-Werkstatt (Teilnehmer fett gekennzeichnet)

lfd. Nr.	Funktion	Anrede	Vorname	Name	Straße HNr.	PLZ Ort
1	Bürgermeister	Herrn	Wilfried	Obermüller	Harzburger Straße 24	38871 Ilsenburg
2	SPD-Fraktionsvorsitzender	Herrn	Dr. Joachim	Dähnn	Mahrholzberg 31a	38871 Ilsenburg
3	CDU/FDP-Fraktionsvorsitzender	Herrn	Werner	Hofmann	Ilsetal 1a	38871 Ilsenburg
4	PDS-Fraktionsvorsitzender	Herrn	André	Lüderitz	Waldhöhenstraße 1	38871 Ilsenburg
5	Geschäftsführer der Tourismus GmbH	Herrn	Frank	Glitsch	Marktplatz 1	38871 Ilsenburg
6	Bau- und Ordnungsamt/Bereich Bauleitplanung	Frau	Katja	Dumke	Harzburger Straße 24	38871 Ilsenburg
7	Planungsbüro	Herrn		Krause	Parkstraße 4	38315 Beuchte / Schladen
8	Volksstimme Wernigerode	Herrn	Jens	Müller	Breite Straße 48	38855 Wernigerode
9	Neue Wernigeröder Zeitung	Herrn	Werner	Haberland	Buchbergstraße 1b	38871 Ilsenburg
10	Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr	Herrn	Wilfried	Köhler	Turmschanzenstraße 30	39114 Magdeburg
11	Industrie- und Handelskammer Magdeburg			Sommer	Schöne Ecke 10 c	38855 Wernigerode
12	Sparkasse Zweigstelle Ilsenburg	Herrn		Fiebiger	Faktoreistraße 33	38871 Ilsenburg
13	Volksbank Zweigstelle Ilsenburg				Harzburger Straße 2	38871 Ilsenburg
14	Augenoptik Dähnn	Herrn	Martin	Dähnn	Rudolf-Breitscheid-Straße 22	38871 Ilsenburg
15	Quickschuh	Herrn	Peter	Severin	Marktplatz 3	38871 Ilsenburg
16	Buheck	Herrn	Rainer	Schulze	Kroatenstraße 8	38871 Ilsenburg
17	Schreib- und Spielwaren / Postfiliale	Frau	Marlies	Otto	Marienhöfer Straße 1	38871 Ilsenburg
18	Der kleine Blumenfreund	Herrn	Ronny	Neumann	Marienhöfer Straße 1	38871 Ilsenburg
19	Lotto-Toto und Tabakwaren	Frau	Silvia	Köhler	Marienhöfer Straße 14	38871 Ilsenburg
20	MS Elektronik	Herrn	Mike	Schröder	Marienhöfer Straße 15	38871 Ilsenburg
21	Eigentümer Marienhof-Komplex	Herrn	Erich	Festerling	Marienhöfer Straße 9 a	38871 Ilsenburg
22	Elektro Kiesel	Herrn	Bodo	Kiesel	Marienhöfer Straße 15	38871 Ilsenburg
23	Bad Bikes	Herrn	Maik	Stamm	Marienhöfer Straße 2	38871 Ilsenburg
24	Uhrmacher Lis	Frau	Gabriele	Lis	Marktplatz 4	38871 Ilsenburg
25	Scarlett Möbel	Frau	Melitta	Scarlett	Rudolf-Breitscheid-Straße 8	38871 Ilsenburg
26	Uhrmacher	Herrn	Gerhard	Wipperling	Marienhöfer Straße 27	38871 Ilsenburg
27	Hirsch-Apotheke	Herrn	Christian	Schulze	Marktplatz 5	38871 Ilsenburg
28	Fleischerei Spormann	Herrn	Uwe	Lickefett	Buchbergstraße 87	38871 Ilsenburg
29	Reisebüro	Frau	Annett	Brüning	Marienhöfer Straße 27	38871 Ilsenburg
30	Kosmetik- und Wellnessstudio	Frau	Kathrin	Dümmler	Marienhöfer Straße 6	38871 Ilsenburg
31	Reisebüro	Herrn	Thomas	Friedrich	Marienhöfer Straße 1a	38871 Ilsenburg
32	Weinhandel	Herrn	Bernhard	Hentschel	Rudolf-Breitscheid-Straße 21	38871 Ilsenburg
33	Antiquitäten Klapproth und Kleindienst				Rudolf-Breitscheid-Straße 12	38871 Ilsenburg
34	Fotostudio Kretschmann	Frau	Ilka	Wiegelmann	Rudolf-Breitscheid-Straße 7	38871 Ilsenburg
35	DB Station Service AG Bahnhofsmanagement	Frau		Rothenberger	Bahnhofstraße 69	39104 Magdeburg
36	Connex Sachsen-Anhalt GmbH				Magdeburger Straße 29	38820 Halberstadt
37	Café am Markt	Frau	Christel	Hoppe	Markt	38871 Ilsenburg
38	Eiscafé im Marienhof	Frau		Tassin	Marienhöfer Str.	38871 Ilsenburg
39	Bau- und Ordnungsamt/Bereich Bauleitplanung	Frau	Ute	Schwager	Harzburger Straße 24	38871 Ilsenburg

15. Wareneingang ohne Mehrwertsteuer					
1. Summe der Einkaufsrechnungen lt. Wareneinkaufskonto abzüglich Retouren				€	
2. Bezugskosten (Frachten, Rollgelder, Zölle)	+			€	
3. Lieferantenskonti	-			€	
4. Lieferantenboni und sonstige Preisnachlässe	-			€	
5. Wareneingang	=			€	6. Vorjahr €
16. Beschaffungswege der Waren (Verlagserzeugnisse) in % der Beschaffung					
1. Direktbezug		2. Barsortimentsbezug (Großhandelsbezug)			
<input type="text"/> %	+	<input type="text"/> %	=	<input type="text"/> 100 %	
17. Personalkosten der angestellten Beschäftigten (einschl. Bezüge der GmbH-Geschäftsführer)					
				€	
18. Kalkulatorischer Unternehmerlohn laut Tabelle bei Einzelfirmen und Personengesellschaften					
				€	
19. Miete für Geschäftsräume					
1. Mietkosten für gemietete Räume		2. Mietwert für eigene Räume			
<input type="text"/> €	+	<input type="text"/> €	=	<input type="text"/> €	
20. Sachkosten für Geschäftsräume					
				€	
21. Kosten für Werbung					
				€	
22. Fremdkapitalzinsen und Nebenkosten des Finanz- und Geldverkehrs					
1. Fremdkapitalzinsen		2. Nebenkosten des Finanz- und Geldverkehrs			
<input type="text"/> €	+	<input type="text"/> €	=	<input type="text"/> €	
23. Eigenkapitalzinsen					
				€	
24. Abschreibungen					
1. Abschreibungen auf Inventar		2. Abschreibungen auf Fahrzeuge		3. Abschreibungen auf Forderungen	
<input type="text"/> €	+	<input type="text"/> €	+	<input type="text"/> €	= <input type="text"/> €
25. Alle übrigen Kosten					
davon: Leasingkosten					
a) Kfz-Leasing		b) EDV-Leasing		c) Sonstiges Leasing	
<input type="text"/> €	+	<input type="text"/> €	+	<input type="text"/> €	= <input type="text"/> €
26. Gesamte Handlungskosten					
			Summe (Positionen 17 bis 25)	<input type="text"/> €	



Kurzanalyse Sortimentsbuchhandel 2005 oder 2006 - Zusatzfragen

Durchgeführt vom Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln

Kennummer des Betriebes 27 /

28. Umsätze der buchhändlerischen Warengruppen (in % der verlags- und buchhandelsüblichen Produkte) – ohne Pos. 29!	
1. Belletristik: nur Hardcover	<input type="text"/>
2. Belletristik: nur Taschenbücher	<input type="text"/>
3. Kinder- und Jugendbücher	<input type="text"/>
4. Sachbücher / Ratgeber (u.a. Hobby, Freizeit)	<input type="text"/>
5. Reiseliteratur	<input type="text"/>
6. Schule und Lernen	<input type="text"/>
7. Fachbücher Wissenschaft	<input type="text"/>
8. Theologie / Religion	<input type="text"/>
9. Modernes Antiquariat	<input type="text"/>
10. Antiquariat	<input type="text"/>
11. Presseerzeugnisse, Zeitschriften, Fortsetzungen	<input type="text"/>
12. Tonträger	<input type="text"/>
13. Audiovisuelle Medien (ohne Tonträger)	<input type="text"/>
14. Sonstige Waren (ohne Pos. 29!)	<input type="text"/>
Gesamte Umsätze mit verlags- und buchhandelsüblichen Produkten (Pos.28/1 – 28/14)	<input type="text" value="100 %"/>
29. Umsätze des <u>nicht</u>-buchhändlerischen Sortiments (nicht in Pos. 28.14 enthalten!) (PBS, Spielwaren, Kunst, Musik... in % des Gesamtumsatzes)	
<input type="text"/>	
30. Zahl der Einzelverkäufe	Kreditverkäufe <input type="text"/> Zahl <input type="text"/>

Quellenverzeichnis

- Flächennutzungsplan der Stadt Ilsenburg
- Städtebauliche Sanierungsmaßnahme „Kernstadt“ (Lageplan, Satzung, Bürgerinformationsbroschüre)
- Städtebaulicher Rahmenplan für das Sanierungsgebiet „Kernstadt“ (1997)
- Verkehrsentwicklungsplan (1994)
- Stellungnahme der Stadt Ilsenburg zum Entwurf des Regionalen Entwicklungsplanes für die Planungsregion Harz (REPHarz)
- Kaufkraftkennziffern veröffentlicht durch die IHK Magdeburg
- Lage- und Geschäftsbericht der Tourismus GmbH Ilsenburg zum Jahresabschluss 2005 (Auszug)
- Kurortentwicklungskonzeption Stadt Ilsenburg, 1998
- Prospektmaterial der Tourismus GmbH Ilsenburg
- Hochschule Magdeburg: Projekt ProLandLeben – Erste Einblicke 17.06.06
- Gespräch mit Herrn Bürgermeister Obermüller
- Gespräch mit Herrn F.M. Glitsch (Geschäftsführer Tourismus GmbH Ilsenburg)
- Gespräche mit innerstädtischen Einzelhändlern und anderen Gewerbetreibenden (Frau Scalett (Küchenstudio), Frau Köhler (Lotto-Toto), Herr Wipperling (Uhren, Schmuck), Herr Stamm (Fahrräder), Frau Stoppe (Café-Betreiberin)
- Gespräch mit Grundstückseigentümer „Marienhof-Komplex“ Herr Festerling

Weiterführende Literatur

- DSSW: Der Service macht den Unterschied ... Entwicklung und Umsetzung attraktiver Serviceangebote im Einzelhandel, DSSW-Schriften 32, Berlin 1999
- DSSW: Beispielhafte Analyse der Marketing-Aktivitäten einer Stadt - Marketinghandbuch Köthen, Berlin 2000
- DSSW: Weiterentwicklung innerstädtischer Nutzungen, Teil 1: Kopplung von Einzelhandel, Dienstleistung, Freizeit und produzierenden Gewerbe, 2005
- DSSW: Weiterentwicklung innerstädtischer Nutzungen, Teil 2: Kopplungs- und Kombinationsmöglichkeiten für Klein- und Mittelstädte, 2006
- DSSW: Bahnhöfe – Revitalisierung durch touristische Nutzung, DSSW-Schrift 24
- DSSW: Dienstleistungen an kleinen Bahnhöfen – Chance für die lokale Wirtschaft, DSSW-Schrift 31
- Institut für Handelsforschung: Stadt- und Standortmarketing, Sonderheft 44, Köln 2001

- Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Infrastruktur: Kooperatives Handeln – ein Thüringer Stadtmarketingmodell, Erfurt o.J.
- Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten Sachsen-Anhalt: Produktfibel Tourismusorientierter Einzelhandel, Magdeburg, 1998