

Markt Frammersbach – Stadtumbau West

Protokoll zur Gesprächsrunde mit örtlichen Einzelhändlern
am 10.07.06 von 19.30 Uhr bis 21.45 Uhr
im Vereinsheim des Spielmannszugs in Frammersbach

Beteiligt: Herr Bürgermeister Franz, Markt Frammersbach
Herr Geiger, Markt Frammersbach
Herr Dr. Holl, Büro Dr. Holl, Würzburg
Herr Kess, Büro Dr. Holl, Würzburg
Bürger und Einzelhändler des Marktes Frammersbach

Begrüßung und Einführung

Herr Bürgermeister Franz begrüßt die Anwesenden und weist auf die große Bedeutung des Themas Einzelhandel im Hinblick auf die zukünftige Gemeindeentwicklung hin. Allgemein bestehen im ländlichen Raum meist schwierige Voraussetzungen für den Einzelhandel. Dennoch besteht in der Marktgemeinde Frammersbach mit ihrer rührigen Geschäftswelt eine insgesamt gute Einzelhandelsausstattung, insbesondere im Bereich der Nahversorgung bestehen keine Versorgungslücken. Ziel muss es sein, den Einzelhandel weiter zu stärken und die richtigen Wege für die zukünftige Entwicklung zu finden.

Herr Dr. Holl weist ebenfalls auf den aus seiner Sicht relativ starken Einzelhandelsbesatz hin und verweist auf die Tradition Frammersbachs als Marktort, die mit dazu geführt hat, dass sich noch relativ viele Geschäfte gehalten haben. Zukünftig stellt sich die Frage, was die heute ansässigen Einzelhändler gemeinsam tun können, um ihre zunehmend schwieriger werdende Situation zu verbessern. Entsprechende Ideen und Anregungen der Einzelhändler sollen im Rahmen der nachfolgenden Diskussion zusammengetragen werden.

Kurzinformationen zur Einzelhändlerbefragung

Vor der Diskussion gibt Herr Kess vom Büro Dr. Holl einige Informationen zu den Ergebnissen der in Frammersbach durchgeführten Einzelhändlerbefragung. Von den befragten Einzelhändlern haben knapp 25% Antworten auf die gestellten Fragen gegeben. Auszugsweise werden hier die Antworten zu folgenden Fragen kurz zusammengefasst:

Welche Standortkriterien sind ausschlaggebend für den Betrieb?

Hier wurde vor allem genannt:

- Traditioneller Standort / Fortführung eines Familienbetriebs
- Eigentum von Grundstück, Haus, Geschäftsräumen

Außerdem wurde genannt:

- Persönliche Beziehung zum Standort Frammersbach
- Kundenpotenzial, Kundennähe
- Parkplatzangebot
- Nutzung einer Marktlücke

Woher stammen die Kunden der Betriebe?

Hier wurde betont, dass neben den Kunden aus dem Marktgemeindegebiet Frammersbach auch die Kunden aus hessischen Nachbargemeinden besonders wichtig sind. Hinzu kommen Kunden aus unterfränkischen Nachbargemeinden (die allerdings nicht ganz so zahlreich sind wie diejenigen aus Hessen) sowie in deutlich abgeschwächerem Maße auch Touristen, Tagesgäste und Durchreisende als Kunden.

Wie wirkt sich der Bau einer Umgehungsstraße auf den eigenen Betrieb aus?

Hier wurde deutlich, dass sich die weitaus meisten Einzelhändler, insbesondere diejenigen im Ortskern, gegen den Bau einer größeren Umgehung um den Ortskern aussprechen. Die meisten der befragten Einzelhändler rechnen beim Bau einer Umgehungsstraße mit stärkeren bis spürbaren negativen Auswirkungen (stärkere Umsatzeinbußen), einige sogar mit sehr starken negativen Auswirkungen. Eine geringere Zahl von Einzelhändlern sieht keine oder nur geringe Auswirkungen durch den Bau einer Umgehungsstraße.

Was sind die Hauptprobleme für die Betriebe?

Hier wurde vor allem genannt:

- Allgemein schwindende Kundenfrequenz (Bevölkerungsrückgang)
- Allgemeiner Kaufkraftverlust (ökonomische Probleme vor Ort, geringere Haushaltseinkommen)

Außerdem wurde genannt:

- Konkurrenz durch großflächigen Einzelhandel in benachbarten Zentren (z.B. Lohr)
- Standortnachteile (ungünstige Lage, schlechte Verkehrserschließung, Parkplatzmangel etc.)
- Konkurrenz zu anderen Einzelhändlern in Frammersbach
- Zu hohe Personalkosten

Welche Maßnahmen tragen zur Stärkung des Einzelhandels bei?

Hier wurde mit deutlichem Abstand die Erhöhung und Verbesserung touristischer Angebote als wichtige Maßnahme betont.

Des Weiteren wurde vor allem genannt:

- Erhöhung des Arbeitsplatzangebots (Kopplungskäufe)
- Ortsbildgestaltung / Aufwertung des Ortskerns
- Verbesserung des Parkplatzangebots
- Gemeinsames Marketing und Management

Außerdem wurde genannt:

- Verbesserung des kulturellen Angebots
- Ermöglichung von attraktivem Wohnen im Ortskern
- Entschärfung der Verkehrsprobleme im Ortskernbereich

Welche Chancen bringt ein stärkerer Tourismus für die Betriebe?

Hier wurde deutlich, dass die meisten der Einzelhändler nennenswerte oder sogar beträchtliche Chancen für die Betriebe durch einen stärkeren Tourismus sehen. Einige Einzelhändler sehen nur geringe Chancen durch einen verbesserten Tourismus.

Im Anschluss an die Informationen zur Einzelhändlerbefragung gibt Herr Kess noch einige weitere Informationen zum Einzelhandel in Frammersbach.

Auf Grundlage vorliegender Zahlen der GfK Nürnberg und des Bayer. Landesamtes für Statistik sowie eigener Berechnungen und Schätzungen kann das jährliche Umsatzvolumen des Frammersbacher Einzelhandels mit etwa 23 bis 27 Mio. EUR beziffert werden. Zu diesem Umsatzvolumen trägt vor allem die gebundene Kaufkraft im Kerneinzugsgebiet Frammersbach (Einzelhandelsausgaben der Frammersbacher Bevölkerung, die in Frammersbach und nicht in anderen Konkurrenzstandorten getätigt werden) bei. Ein wichtiger Faktor ist darüber hinaus der Kaufkraftzufluss aus dem erweiterten Einzugsgebiet (hessische und unterfränkische Nachbarorte). Schließlich sind noch Streuumsätze (Ausgaben von Touristen, Tagesbesuchern und Durchreisenden) zu nennen, die trotz geringeren Volumens nicht zu vernachlässigen sind.

Insgesamt wird die Situation des Frammersbacher Einzelhandels zunehmend schwieriger. Dies zeigt vor allem die recht hohe Zahl von Betriebsaufgaben in den letzten zehn Jahren, denen nur eine geringe Zahl neuer Betriebsansiedlungen gegenübersteht. Negative Faktoren sind zudem:

- Die tendenziell stärker werdenden Kaufkraftabflüsse in benachbarte Zentren
- Die mit den Betriebsaufgaben verbundenen Leerstände von Ladenlokalen (Anzahl von Leerständen ist aber im Vergleich zu anderen Landgemeinden noch gering)
- Das Fehlen von Magnetbetrieben
- Die teils zu kleinen und damit oft unrentablen Betriebsgrößen
- Die teils verbesserungswürdige Außendarstellung einzelner Betriebe

Diesen Schwächen des Frammersbacher Einzelhandels stehen aber auch einige Stärken gegenüber, zu denen u.a. zählen:

- Überörtliche Versorgungsfunktion
- Relativ stabiler Einzugsbereich (ragt nach Hessen hinein)
- Überwiegend intakte Nahversorgungsstruktur
- Hohe Zahl inhabergeführter Geschäfte
- Innerörtliche „Treffpunkt-Funktion“ der Einzelhandelsbetriebe

Diskussionsbeiträge zum Thema Stärkung des Einzelhandels

Im Anschluss an die Kurzinformationen eröffnet Herr Dr. Holl die Diskussion mit den anwesenden Bürgern und Einzelhändlern. Im Rahmen dieser Diskussion können die Anwesenden bestehende Probleme und Defizite benennen sowie Ideen und Anregungen zur Verbesserung der zukünftigen Situation des Einzelhandels geben. Die wesentlichen Diskussionsbeiträge sind nachfolgend stichpunktartig zusammengefasst:

Resonanz zur Einzelhändlerbefragung

- Mangelhaft: Rücklaufquote von nur rund 25%
- Geringe Rücklaufquote lässt auf allgemeines Problem schließen: Viele Betriebsinhaber sind zu sehr mit sich selbst beschäftigt und zeigen wenig Bereitschaft zur Kooperation

Stadtmarketing / Initiativen des örtlichen Einzelhandels

- WAG hält ein professionelles Marketing für erforderlich (eine Art „City-Manager“)
- Kritik: Vorschläge zur Einrichtung eines Stadtmarketings gibt es seit mehreren Jahren, es hat aber keine Weiterentwicklung gegeben
- Hinweis auf einen Vortrag der CIMA zu möglichen zukünftigen Handlungsansätzen

- Hinweis: Es gibt unterschiedliche Erfahrungen mit City-Managern (gute und schlechte Erfahrungen)
- Grundsatzfrage: Soll ein externer Manager beauftragt werden oder sollen die örtlichen Akteure zunächst selbst aktiv werden?
- Anregung: Der 1.Schritt sollte von örtlichen Einzelhändlern kommen, erst in einem 2.Schritt könnte an einen externen Manager gedacht werden
- Eigeninitiativen des Einzelhandels sind überaus wichtig
- Es sind zunächst kleine Schritte nach vorne zu machen (stufenweises Vorgehen)
- Absprachen zwischen den Einzelhändlern sind nötig, mehr Gemeinsamkeit im Handeln ist erforderlich
- Neue Chancen z.B. durch Internet-Werbung
- Wichtige Aufgabe der Gemeinde: Investoren finden; hier könnte ein Manager hilfreich sein, der i.d.R. gute Kontakte zu Investoren hat; ebenso wichtig sind aber auch die Kontakte der Einzelhändler selbst

Finanzielle Beteiligung des Einzelhandels an Maßnahmen

- Grundsatzfrage: Ist eine finanzielle Beteiligung des Einzelhandels an entwicklungs-fördernden Maßnahmen denkbar?
- Antwort: Grundsätzlich ja, Beteiligung ist aber eine „Frage des Preises“, Einzelhändler dürfen finanziell nicht überfordert werden
- Auch WAG signalisiert grundsätzliche Bereitschaft zu finanzieller Beteiligung, Voraussetzung ist aber, dass jetzt konkrete Schritte erfolgen
- Vorschlag: Einrichtung eines Fonds aus Gemeindemitteln und Anteilen privater Geschäftsleute
- Fondsmodell soll weiter konkretisiert werden
- Ziel: Gemeinsame Finanzierung von Projekten (öff. Fördermittel + kommunale Mittel + private Mittel)
- Hinweis auf Modellvorhaben „Leben findet Innenstadt“

Beschilderungssystem / Leitsystem

- Beschilderungssystem stellt eine wichtige Maßnahme dar, von der auch der Einzelhandel profitieren kann
- Beschilderungssystem beinhaltet auch Parkleitsystem (Hinweisschilder für Parkplätze)
- Die Ausschreibung für ein Beschilderungssystem läuft
- Vorteil: Förderung durch Stadtumbau-West-Mittel möglich (Beschilderungssystem als vorgezogene Maßnahme im Rahmen des Programms Stadtumbau West)
- Neben der Beschilderung ist auch ein Flyer als Orientierungshilfe für Besucher zweckmäßig
- Wünschenswert: finanzielle Beteiligung des Einzelhandels am Beschilderungssystem

Positive Effekte für den Einzelhandel durch Tourismus und neue Attraktionen

- Es dürfen keine überzogenen Erwartungen an den Tourismus gestellt werden
- Ein besonderer Anziehungspunkt ist erforderlich, z.B. neue Einrichtungen im Bereich Gastronomie und Hotellerie
- Defizit: Fehlen eines Wellnessbereichs
- Vorschlag: Wiedereinrichtung eines Fitness-Centers
- Aktuell ist der Biker-Tourismus in Frammersbach bereits gut etabliert (Biker-Tourismus seit etwa 10 Jahren), damit ist ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal in Frammersbach vorhanden
- Neuester Erfolg: Frammersbach wird Etappenort im Rahmen der „Bike Trans Germany“, Kooperation mit anderen Etappenorten (Oberhof, Bischofsheim) ist vorgesehen, hieraus können positive Effekte für Frammersbach entstehen

- Wichtige Frage: Was kann der Einzelhandel speziell für Biker anbieten?
- Vorschlag: Läden am Sonntag öffnen
- Vorschlag: Angebote bei Sportbekleidung (Hinweis auf Beispiel Pottenstein, Bekleidungsgeschäfte in Leidersbach)
- Einwand: Biker haben i.d.R. wenig Zeit zum Einkaufen, sie kommen als Kunden kaum in Frage, sie sind i.d.R. nur am Wochenende präsent, teilweise geht Umsatz an Biker-Wochenenden sogar zurück
- Vorschlag: Freizeit- und Aktivitäten-Programm nicht nur für besonders sportliche Biker, sondern auch für deren Familienangehörige sowie für Wanderer und andere Personengruppen
- Hinweis: Vermarktung sollte nicht allein den Biker-Aspekt im Blick haben, die ganze Vielfalt des Ortes sollte präsentiert werden

Anreize für Kunden aus Nachbarorten und aus Frammersbach selbst

- Entscheidendes Kriterium: Qualität des örtlichen Einzelhandelsangebots
- Wichtig ist auch gute Außendarstellung (Verbesserung der Schaufenstergestaltung)
- Vorschlag: Etablierung eines Magnetbetriebs / Frequenzbringers in Frammersbach (z.B. Hotel, Einkaufszentrum, größerer Gewerbebetrieb)
- Einwand: Ansiedlung neuer Betriebe / Arbeitsplätze ist sehr schwierig
- Früher kamen auch Kunden aus Lohr nach Frammersbach zum Einkaufen, Gründe waren damals vor allem: Günstigere Parkmöglichkeiten bei ALDI in Frammersbach als bei ALDI in Lohr, Errichtung eines Baumarkts in Frammersbach
- Heute hat sich Lohr wesentlich besser im Einzelhandelsbereich positioniert, während die Entwicklung in Frammersbach zuletzt rückläufig war
- Ziel: Menschen aus Frammersbach zum Einkaufen in Frammersbach animieren
- Vorschlag: Bonus-Karte als Gemeinschaftsprojekt (WAG-Projekt), bei dem möglichst alle Einzelhändler und privaten Dienstleister zu beteiligen sind
- Hinweis auf das Beispiel Bautzen
- Einwand: Bonus-Karte dürfte nur schwer zu realisieren sein
- Vorschlag: Direkt-Mailings

Aufenthaltsqualität im Ortskern

- Die Steigerung der Aufenthaltsqualität im Ortskern wäre ein wichtiger Beitrag der Gemeinde zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für den örtlichen Einzelhandel
- Das Ortszentrum muss grundsätzlich stärker hervorgehoben und attraktiver gestaltet werden
- Defizit: „Gemütliches Einkaufen“ im Ortskern aufgrund fehlender Qualität und Einkaufsatmosphäre (z.B. Fehlen von Straßencafés) bisher kaum möglich
- Vorschlag: mehr Aufenthaltsfläche im Marktplatzbereich schaffen
- Vorschlag: Beleuchtungskonzept für den Ortskern

Verkehr / Parkplatzangebot / ÖPNV

- Wichtige Maßnahme: Optimierung des Parkplatzangebots
- Vorrang von Kurzzeitparken im Ortskern
- Anregung: ÖPNV in Richtung Hessen verbessern
- Ziel: Nahverkehr auf Biker ausrichten
- Vorschlag: Schaffung eines Haltepunkts „Partenstein“ im Rahmen des Radwanderexpresses Frankenland
- Vorschlag: Einrichtung eines Busses für Radtransport

Schlusswort

Herr Dr. Holl weist abschließend darauf hin, dass es zukünftig wichtig ist, eine Gemeinsamkeit unter den örtlichen Einzelhändlern zu entwickeln. Zu fragen ist: Wo liegen die wesentlichen Probleme? Wo muss man aktiv werden? Welche Maßnahmen sind erfolgversprechend?

Herr Bürgermeister Franz weist ebenfalls auf die Wichtigkeit gemeinsamen Handelns hin. Es sei daher wesentliches Ziel der Veranstaltung gewesen, Gemeinsamkeiten zwischen den Anwesenden zu finden. Auch andere Akteure müssten noch hinzugewonnen werden. Dies dürfte dann am ehesten gelingen, wenn ein baldiger „Aha-Effekt“ in der Gemeinde erzielt werden kann.

gez. Holger Kess

Büro für Städtebau Dr. H. Holl, Würzburg

10.07.2006