



Schwäbisch Gmünd, 02.10.2009
Gemeinderatsdrucksache Nr. 243/2009

Vorlage an

Gemeinderat

zur Beschlussfassung
- öffentlich -

Einkaufsoffensive Herbst-Winter 2009

Beschlussantrag:

Der Gemeinderat stimmt einer gemeinsamen „Einkaufsoffensive Herbst-Winter“ von Handels und Gewerbeverein (HGV), Touristik & Marketing GmbH (T&M), Busunternehmen und Stadt Schwäbisch Gmünd vom 17. Oktober 2009 (Vortag des verkaufsoffenen Sonntags in Gmünd) bis 9. Januar 2010 (zweiter Samstag im neuen Jahr) mit folgenden Bausteinen zu:

- Kostenfreies Parken an 12 Einkaufssamstagen auf allen Kurzzeitparkplätzen der Innenstadt (Einnahmeverzicht von ca. 15 000 Euro);
- Kostenfreies Parken auf dem Parkdeck Rems („Schmiedgasse“) und der Tiefgarage Horten („Ledergasse“) (Einnahmeverzicht aus Pacht ca. 500 Euro sowohl beim Parkdeck Rems wie Tiefgarage Horten je Samstag);
- Vergünstigtes Wochenend- und Abendticket im ÖPNV (1 Euro Tarif) durch die Firma Stadtbus Abt sowie die Fahrbus Gmünd;
- Freiwillige Selbstverpflichtung zur Samstagsöffnung der Einzelhandelsbetriebe des HGV an Samstagen bis 16 Uhr;
- Verlängerte Öffnungszeit in der Stadtbibliothek bis 16 Uhr;
- Kinderbetreuung von 10 bis 16 Uhr im Gebäude Marktplatz 27;



- Verlosung eines Autos durch den HGV und begleitenden Innenstadtaktionen durch die T&M;
- Begleitende Marketingmaßnahmen (u. a. Plakate Parkscheiben, Anzeigen in Sonderbeilage, Banner) Kostenaufwand von rund 10 000 Euro.

Sachverhalt und Antragsbegründung:

Die Stadt Schwäbisch Gmünd hat als Mittelzentrum einer Versorgungsfunktion für eine Einzugsbereich von rund 140.000 Menschen. Ziel der Stadt muss es sein, Schwäbisch Gmünd als zentralen Einkaufsstandort für das Umland zu sichern und attraktiv zu halten. Aus verschiedenen Gründen hat der Einkaufsstandort Schwäbisch Gmünd an Zentralität verloren. Wie in der Strategieguppe, insbesondere vom Geschäftsführer der IHK, Herrn Moser, aufgezeigt, hat die Stadt das verfügbare Einkommen in Einzugsbereich und nur dadurch eine unterdurchschnittliche Zentralitätskennziffer.

Innerhalb der Region Ostwürttemberg zeigen die einzelhandelsrelevanten Daten für die Großen Kreisstädte (Basis GfK-Kennzahlen 2008) derzeit folgendes Bild:

Kaufkraft für den Einzelhandel:

	Schwäbisch Gmünd	Aalen	Heidenheim	Ellwangen	Giengen
Kaufkraft Mio. EUR	338,1	383,9	273,6	136,4	107,6
Je Einwohner	5.526	5.748	5.555	5.439	5.393
Index	98,7	102,6	99,2	97,1	96,3

Die insgesamt vorhandene Kaufkraft in Schwäbisch Gmünd ist mit rund 338 Mio. Euro nach Aalen am zweit höchsten innerhalb der Region. Dieser Wert korreliert mit der Einwohnerzahl. Bezogen auf die Kaufkraft je Einwohner und in Bezug zum Bundesdurchschnitt liegt Schwäbisch Gmünd an dritter Stelle innerhalb der Region.

Umsatz der tatsächlich vor Ort getätigt wird:

	Schwäbisch Gmünd	Aalen	Heidenheim	Elwangen	Giengen
Umsatz Mio. EUR	369,3	452,3	378,1	174,9	80,2
EUR je Einwohner	6.036	6.772	7.677	6.973	4.019
Index	114,6	128,6	145,8	132,4	76,3



Gemessen an der Einwohnerzahl sowie vorhandenen Kaufkraft wird in Schwäbisch Gmünd ein eher geringerer Umsatz getätigt. Gründe hierfür können sowohl quantitativer (Anzahl Geschäfte, Verkaufsfläche) Natur als auch qualitativer Natur (Magnetbetriebe, Erreichbarkeit, Attraktivität des Angebots) sein.

Zentralitätskennziffer:

	Schwäbisch Gmünd	Aalen	Heidenheim	Elwangen	Giengen
Index	116,2	125,3	145,8	136,4	79,3

Die Zentralitätskennziffer ist ein Indikator für die Einkaufsattraktivität einer Stadt gemessen am Kaufkraftzu- bzw. -abfluss. Eine Kennziffer über 100 zeigt einen Kaufkraftzufluss (mehr Umsatz im Einzelhandel als die dort lebende Bevölkerung ausgibt), ein Wert unter 100 bezeichnet einen Kaufkraftabfluss. Schwäbisch Gmünd weist einen positiven Wert auf, liegt aber im Vergleich zu den Standorten AA und HDH zurück. Ziel der Stadt Schwäbisch Gmünd muss es daher sein, die absolut im Einzugsbereich vorhandene Kaufkraft stärker an die Stadt zu binden. Limitierende Faktoren können zum Beispiel die Nähe zu attraktiven Oberzentren sein (siehe Kaufkraftabfluss Giengen mit Ulm bzw. HDH).

In Schwäbisch Gmünd herrscht derzeit für den Gmünder Einzelhandel eine Sondersituation. Aufgrund der Tunnelbaustelle ist Schwäbisch Gmünd für den Autokunden schwerer erreichbar. Gemeinsames Ziel aller Akteure sollte daher sein, Anreize für Einkauf und Aufenthalt in Schwäbisch Gmünd zu schaffen. Die Einkaufsoffensive Herbst/Winter soll diese Anreize schaffen. Ein gemeinsames Maßnahmenpaket im Bereich des City-Marketings mit den Partnern Handels- und Gewerbeverein, Touristik und Marketing GmbH, Busunternehmen und Wirtschaftsförderung soll hierzu umgesetzt werden:

Zeitraum:

Die für den Einzelhandel entscheidende umsatzstarke Zeit steht nun mit dem Herbst- und Wintergeschäft an. Rund ein Viertel des gesamten Jahresumsatzes wird in den letzten Wochenenden des Jahres getätigt. Die Stadtverwaltung schlägt daher vor eine Einkaufsoffensive zunächst auf diesen wichtigen Zeitraum zu begrenzen. Start soll der Samstag, 17. Oktober sein. Dies ist der Samstag vor dem verkaufsoffenen Sonntag. So können Kräfte für ein attraktives Auftaktwochenende gebündelt werden. Insgesamt soll die Maßnahme an 12 Samstagen stattfinden. Abschluss der Einkaufsoffensive ist damit Samstag 9. Januar 2010. Für den Gmünder Einzelhandel ist das „Nachgeschäft“ im Januar von großer Bedeutung.



Maßnahmen:

Kostenfreies Parken auf Kurzzeitparkplätzen:

Um einen Anreiz zum Einkaufen in Schwäbisch Gmünd zu schaffen werden in Kombination mehrere aufeinander abgestimmte Maßnahmen vorgeschlagen. Die Kurzzeitparkplätze der Stadt werden an den 12 genannten Samstagen kostenfrei zur Verfügung gestellt. Um einen Umschlag der Parkplätze zu gewährleisten und das Dauerparken zu vermeiden wird dies durch eine 3-Stündige Regelung mit Parkscheibe umgesetzt. Der Einnahmeverzicht für diese Aktion beläuft sich auf rund 15 000 €. Insgesamt werden damit ca. 640 Kurzzeitparkplätze an Samstagen kostenfrei zur Verfügung gestellt und machen so den Einkaufsstandort attraktiv.

Kostenfreies Parken Tiefgarage Horten, Parkdeck Rems:

Um vor allem die weniger frequentierten Einzelhandelslagen zu unterstützen soll zudem die Tiefgarage des Hortenparkhauses sowie zur Frequentierung der Vorderen und Hintere Schmiedgasse das Parkdeck Rems an diesen Samstagen kostenfrei zur Verfügung stehen. Hierfür werden Pachteinahmen reduziert. Der Einnahmeausfall beläuft sich sowohl beim Parkdeck Rems wie auch bei der Hortentiefgarage auf 500 € je Samstag. Zudem steht an Samstagen die Tiefgarage des CongerssCentrums Stadtgarten kostenfrei zur Verfügung.

Weiter werden private Parkplätze an allen Samstagen zur Verfügung stehen. So stellen die Volksbank in der Ledergasse, die AOK im Pfeifergäßle und die Kreissparkasse in der Katharinenstraße ihre Parkplätze für Kunden zur Verfügung. Hierdurch werden weitere attraktive Parkplätze kostenfrei für Kunden bereitgestellt.

ÖPNV:

Begleitet wird die Maßnahme auf Initiative des Oberbürgermeisters durch die ÖPNV Anbieter. Sowohl die Firma Stadtbus als auch die FahrBus werden sich mit einem attraktiven Angebot beteiligen. So wird von Montag bis Freitag ab 19 Uhr, an Wochenenden und Feiertagen ein pauschalierter Fahrpreis von 1 Euro gelten. Kinder bezahlen lediglich einen Fahrpreis von 50 Cent und die Fahrradmitnahme ist ebenfalls für 1 Euro möglich. Auch diese Aktion wird dem Einzelhandel in Schwäbisch Gmünd zu gute kommen und soll in die Aktion eingebunden und entsprechend beworben werden. Die Erreichbarkeit der Innenstadt wird verbessert; zudem sollen Kunden angeregt werden auf den ÖPNV umzusteigen.

Öffnungszeit am Samstag:

Ziel der Einkaufsoffensive ist ebenfalls der schwachen Frequenz nach 13 Uhr an Samstagen entgegen zu wirken. Alle Einzelhandelsgeschäfte werden im Rahmen einer freiwilligen Selbstverpflichtung möglichst einheitlich ihre Öffnungszeit auf 16 Uhr an diesen Samstagen ausweiten. Eine entsprechende Zusage des Vorstands HGV liegt vor. Zudem werden alle nicht organisierten Händler von der T&M aufgefordert, sich an der verlängerten Öffnungszeit zu beteiligen.



Kinderbetreuung:

Es wird an allen Samstagen ein kostenfreies Angebot zur Kinderbetreuung im Gebäude Marktplatz 27 angeboten. Die Betreuung soll von 10 bis 16 Uhr stattfinden und wird vom Verein Wippidu organisiert. Bis ein neuer Nutzer für das Gebäude Marktplatz 27 gefunden ist, kann es für diesen Zweck sinnvoll verwendet werden. Insbesondere die zentrale Lage am Marktplatz ist vorteilhaft.

Verlängerung der Öffnungszeiten der Stadtbibliothek:

Die Stadtbibliothek hat derzeit am Samstag von 9.30 bis 13 Uhr geöffnet. Sie ist ein gut frequentierter Anlaufpunkt vor allem auch für Jugendliche und Familien (rund 700 Besucher an Samstagen). Die Bibliothek beteiligt sich an der Verlängerung der Öffnungszeiten und kann so ihr Angebot für die Bibliotheksnutzer noch attraktiver gestalten. Der personelle Mehraufwand wird mit einer Mitarbeiterin auf 400 Euro Basis abgefangen.

City-Marketing Aktionen:

Zum Auftaktwochenende am 17./18. Oktober werden begleitende Aktionen stattfinden. Die HGV Mitglieder werden die Verlosung eines Autos durchführen. Lose können bei den Händlern erworben werden, die Verlosung findet zum Jahresende statt. Das Auto wird an verschiedenen Punkten in der Innenstadt aufgestellt. Die T&M wird die Innenstadt an allen Samstagen mit kleinen „Aktionen“, die der Jahreszeit angemessen sind, (z.B. Bratäpfel, Weihnachtsgebäck etc.).

Marketingmaßnahmen:

Die Einkaufsoffensive soll durch eine umfassende Marketingmaßnahme im Einzugsbereich und auch in den Nachbarstädten bekannt gemacht werden. Hauptmedium hierfür wird eine Sonderbeilage mit einer Auflage von 130.000 Exemplaren sein die auch im Verbreitungsgebiet Göppingen, Aalen, Welzheim etc verteilt wird. Diese erscheint vor dem Auftaktwochenende und bewirbt so auch den verkaufsoffenen Sonntag.

Weiterer Baustein ist eine speziell für diesen Zweck gefertigte Parkscheibe, welche über den Gmünder Handel verteilt wird. Zudem werden Plakate, Banner im Einzelhandel auf die Aktion hinweisen. Die einzelnen Aktionen werden über die gesamte Laufzeit in der lokalen Presse beworben.