



Rosenheim: Stimmungslage der Innenstadtbetriebe

Beitrag

Das City-Management Rosenheim hat im Sommer unter seinen Mitgliedern eine Befragung durchgeführt, um eine Einschätzung des Stimmungsbildes nach dem Corona-Shutdown zu erheben. Die Ergebnisse bestätigen, dass die Mehrheit der Betriebe dank alternativer Absatzwege und der angebotenen Unterstützungsangebote den Shutdown verhältnismäßig glimpflich überstanden haben. Obwohl ein Großteil der Betriebe teils erhebliche Umsatzeinbußen im Vergleich zum Vorjahr erlitt, wurde die aktuelle Geschäftslage branchenunabhängig unter den gegebenen Umständen von 56% der Teilnehmer als gut eingeschätzt.

An der Umfrage nahmen 73 Rosenheimer Innenstadtbetriebe aus Einzelhandel, Gastronomie, Handwerk und Dienstleistungen teil, wobei der Einzelhandel mit fast 50% am Stärksten vertreten war und sich vorwiegend kleinere Unternehmen mit wenigen Mitarbeitern beteiligten. Ziel der Umfrage war herauszufinden, wie die angebotenen Hilfsmaßnahmen der Stadt Rosenheim, des City-Managements und von Bund bzw. Land angenommen und beurteilt wurden, welche Marketingmaßnahmen weiterhin bzw. zukünftig genutzt werden und mit welchen Maßnahmen Stadt und City-Management zukünftig die Betriebe als Partner unterstützen können. Es muss als positives Ergebnis gewertet werden, dass sich die Betriebe aus Einzelhandel, Handwerk und Dienstleistung mit über 80% nicht unmittelbar in ihrer Existenz bedroht fühlen oder dies zumindest noch nicht absehen. Der Umkehrschluss bedeutet jedoch auch eine Gefahr für den Fortbestand vieler Unternehmen, der nicht zu unterschätzen ist. Die Gastronomie hat es deutlich schwerer getroffen. 40% verspüren bereits direkte Existenzangst und weitere 50% gaben an, dass eine Existenzbedrohung noch nicht absehbar ist. Nur 10% verspüren keine derartigen Probleme. Ähnlich unterschiedlich fiel das Ergebnis beim Personalstamm aus: Während bei Einzelhandel, Handwerk und Dienstleistern kaum Personal gekündigt werden musste, hat die Hälfte der gastronomischen Betriebe Mitarbeiter entlassen müssen.

Mit der Aufhebung des Shutdowns erholt sich die wirtschaftliche Situation der meisten befragten Unternehmen langsam wieder. Grund für die aktuelle positive Entwicklung waren zum einen die Hilfen von Bund bzw. Land, die von 75% der Einzelhändler und 90% Gastronomen in Anspruch genommen wurden. Auch die Maßnahmen auf lokaler Ebene durch das City-Management fanden einen breiten Zuspruch. Als hilfreich wurden vor allem das regelmäßige Informationsrundmail, die Öffentlichkeitsarbeit, die kostenfreien Erweiterungen der Außenflächen und die Aufstellung der

Online-Lieferdienste benannt. Die Mehrheit der Betriebe beurteilten die Unterstützungsmaßnahmen der Stadt als gut. Darunter wurden vor allem die Maßnahmenaktion „Sommer in Rosenheim“ und die Stadtmöblierungsaktion „Nimm Platz“ als hilfreich bewertet. Die Befragten gaben an, ihr Warenangebot weiterhin besser in den sozialen Medien präsentieren und die eigene Website attraktiver gestalten zu wollen. Etliche Betriebe setzen zudem auch zukünftig einen Fokus auf guten Beratungsservice per Telefon, Whatsapp oder Video und die Möglichkeit individuelle Beratungstermine auszumachen. Zudem wollen einige Betriebe durch Onlineshops, Lieferservice bzw. Essen „to-go“ ihre Kundenbindung weiter ausbauen.

Die Teilnehmer hatten auch Gelegenheit, Anregungen und Wünsche zu äußern, mit welchen gezielten Angeboten Stadt und City-Management sie zukünftig unterstützen können. Am häufigsten wurde eine Verbesserung der Verkehrssituation angesprochen (Parkmöglichkeiten, ÖPNV Anschluss, Gestaltung des Verkehrsraums für Autos und Fahrräder). Daneben wurde der Wunsch nach Profilierung und Belebung von Rosenheim als Einkaufs- und Erlebnisstadt durch Aktionen und überregionale Werbung geäußert. Zudem wünschen sich die Betriebe eine Steigerung der Aufenthaltsqualität und Attraktivität der Innenstadt. Auch wenn mittlerweile wieder fast alle Betriebe unter Auflagen öffnen dürfen, bleibt die Situation angespannt und eine Rückkehr zu den Verhältnissen vor Pandemiebeginn ist nicht abzusehen. Der generelle Frequenzrückgang in Innenstädten wurde durch Corona nochmal verstärkt. Deutschlandweite Frequenzmessungen in 23 Städten (Zahlen aus Rosenheim liegen hier nicht vor) über die letzten 6 Monate zeigen einen allgemeinen Frequenzrückgang von 20%. Eine Verbraucherstudie zum Freizeitverhalten zeigt zudem, dass der sonst so beliebte Schaufensterbummel deutlich an Stellenwert für den Verbraucher verloren hat und nun unter fernem Liegen liegt. Dagegen ist Internetsurfen zur zweitliebsten Beschäftigung geworden.

Die Herausforderung liegt jetzt darin, das Bewusstsein zu schaffen, dass nur durch die Nutzung des regionalen Handels sichergestellt werden kann, dass Rosenheim wieder so attraktiv und vielfältig wird, wie vor der Krise. Regional einkaufen und der Konsum im regionalen gastronomischen Angebot fördert die Heimat, erhält das lieb gewordene Angebot und sichert Arbeitsplätze.

Bericht und Diagramm: City-Management Rosenheim e.V.



Wie beurteilen Sie die aktuelle Geschäftslage?

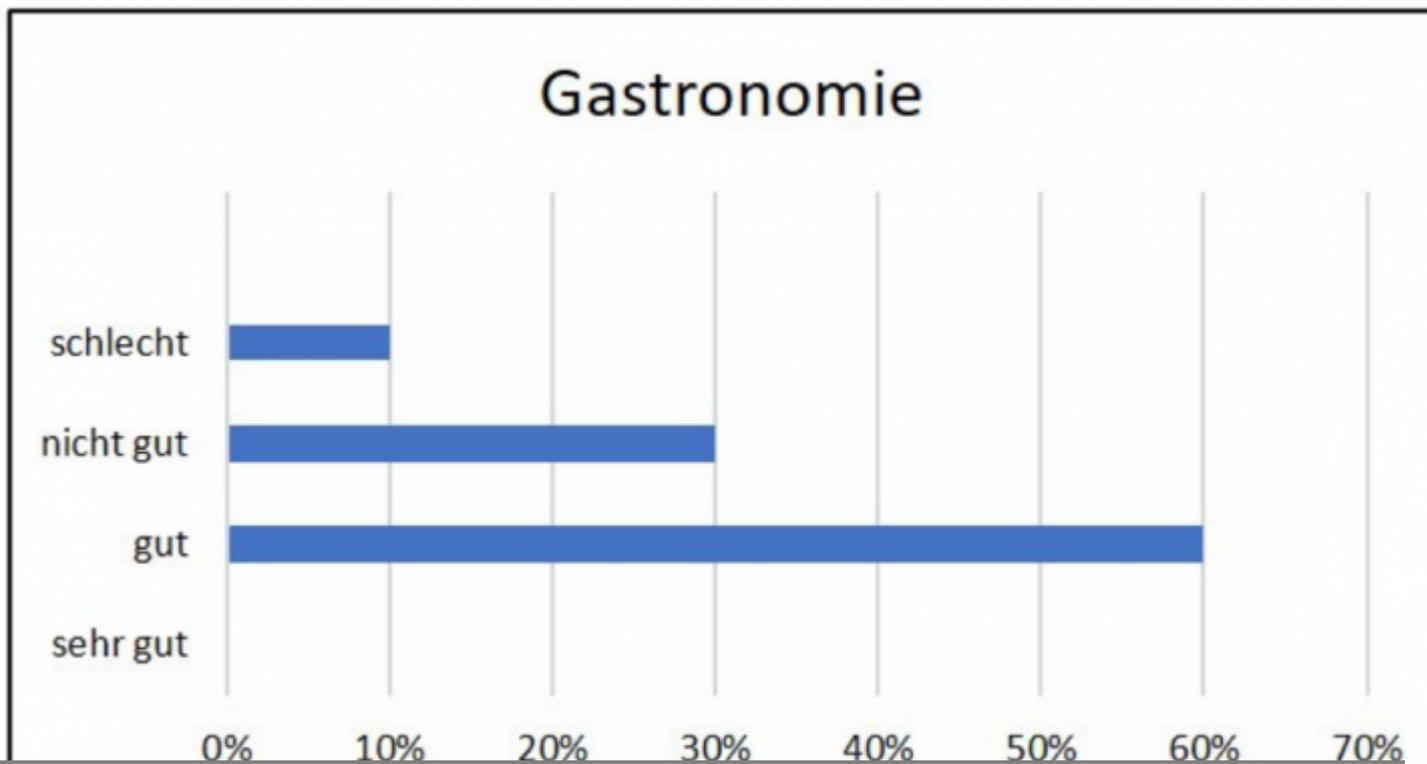
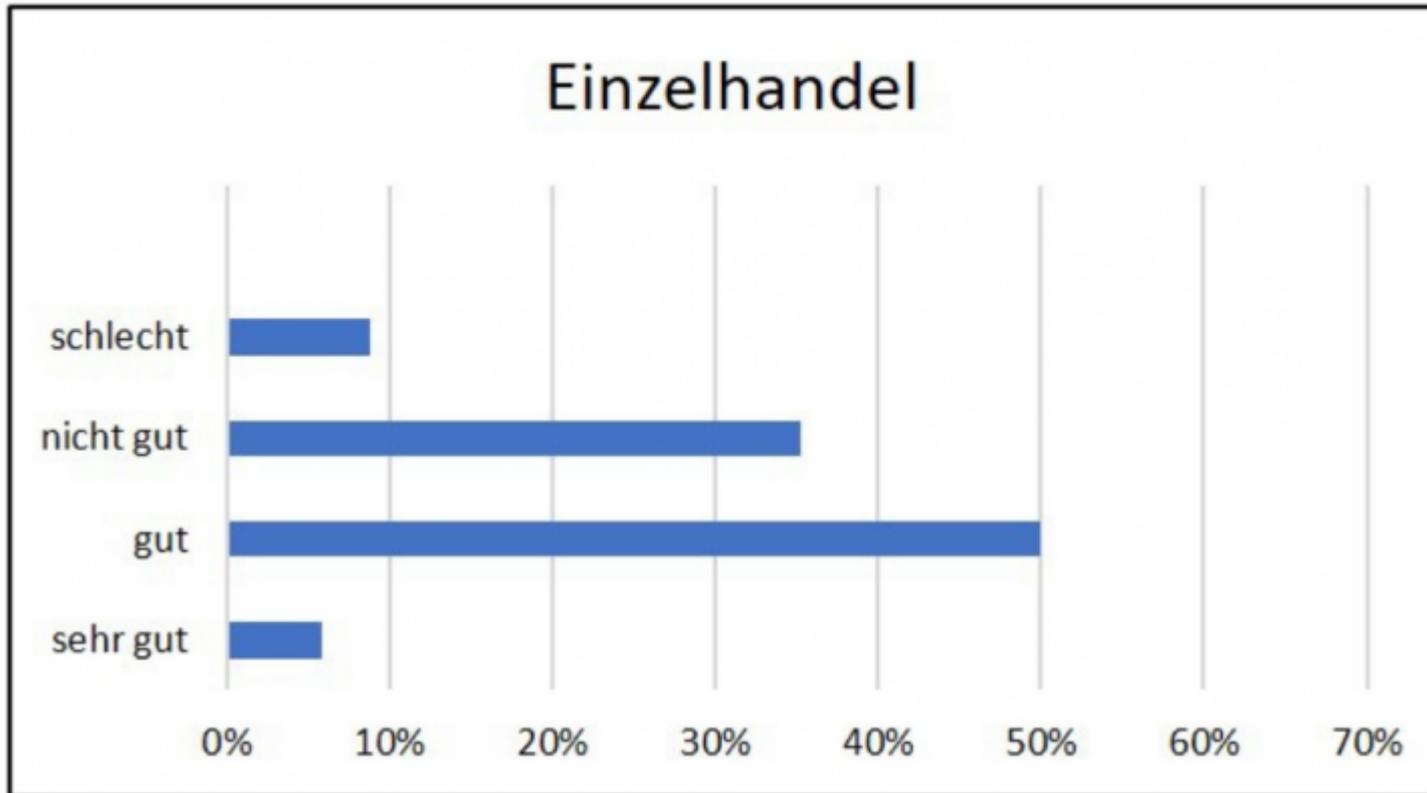


Foto: HÄtzelsperger



Kategorie

1. Wirtschaft

Schlagworte

1. City-Management Rosenheim
2. Rosenheim