

Auswertung Gewerbebefragung Endfassung Stand: Juli 2012



1 Welche Waren bieten Sie überwiegend an?

3	Lebensmittel, Frischwaren				Spielwaren
2	Getränke		1		Haushaltswaren
2	Naturkost, Bio-/Reformhausprodukte		5		Geschenkartikel
	Backwaren		4		Glas, Porzellan, Keramik
1	Drogerie-, Parfümerieartikel				Unterhaltungselektronik
1	Gesundheitspflege (Apothekenartikel)		1		Elektrogeräte (Küchen, Leuchten)
1	Blumen, Gartenbedarf				Computer, EDV, Telefon
2	Damenoberbekleidung		2		Foto, Optik
	Herrenoberbekleidung		2		Uhren, Schmuck
1	Kinderbekleidung		1		Baummarktartikel, Heimwerkerartikel
2	Wäsche				
3	Heimtextilien, Kurzwaren				Sonstige Artikel (bitte beschreiben)
1	Schuhe		1		Zweiräder, Elektrotechnik und Zubehör
1	Sportartikel, Sportbekleidung		1		Fair gehandelte Waren, Food, Non-Food
4	Bücher, Zeitschriften		1		Bademoden
1	Schreibwaren, Papierwaren		1		Stoffe, Wollwaren, Kurzwaren
			1		Kunsth Handwerk
	Sonstige Artikel (bitte beschreiben)		1		Werbetechnik, Digitaldruck
1	Lederwaren, Taschen, Reisegepäck		1		Küchentechnik gesamt
1	Tee, Kaffee, Süßigkeiten		1		Reisebüro
1	Modeschmuck		2		Bodenbeläge, Farben, Tapeten
1	Dienstleistung (Frisör)		2		Bastelbedarf, Hobbybedarf
			1		Angelzubehör

2 Seit wann besteht Ihr Betrieb in Preetz?

Vor 1900	3	Seit 1836, 1894, 1895
1900 – 1950	4	Seit 1917, 1937, 1948 (2)
1950 - 1975	3	Seit 1956, 1959, 1966
1975 - 2000	10	Seit 1982 (4), 1984 (2), 1985, 1991, 1995, 2000
2000 – 2012	7	Seit 2002, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2011

3	Welchem Betriebstyp ist Ihr Unternehmen zuzuordnen?
----------	--

19	Einzelbetrieb im Haupterwerb – mind. 60 % des Haushaltseinkommens
2	Einzelbetrieb im Nebenerwerb – 30-60 % des Haushaltseinkommens
2	Einzelbetrieb im Zuerwerb – unter 30 % des Haushaltseinkommens
1	Filiale – mind. 3 Niederlassungen, sonst Einzelbetrieb
1	Franchise-Unternehmer
1	ehrenamtlich

4	Größe der Verkaufsflächen / Präsentationsflächen in qm
----------	---

10 qm - 50 qm	8	16 qm, 25 qm, 35 qm, 40 qm, 45 qm (2), 50 qm (2)
50 – 100 qm	10	59 qm, 60 qm, 70 qm, 80 qm (3), 90 qm, 100 qm (3)
100 – 150 qm	2	150 qm (2)
150 – 200 qm	1	170 qm
200 – 250 qm	1	250 qm
250 – 300 qm	2	262 qm, 300 qm
300 – 1.000 qm	1	860 qm
Über 1.000 qm	1	2.000 qm

5	Flächenausstattung des Betriebes
----------	---

20	Flächenausstattung ist ausreichend	6	Flächenausweitung möglich
4	Flächenausstattung ist zu klein	5	Flächenausweitung nicht möglich
	Flächenausstattung ist zu groß	1	Flächenerweiterung geplant

6	Wie beurteilen Sie die wirtschaftliche Situation Ihres Betriebes?
----------	--

3	kein Problem	14	vertretbar	5	schwierig
1	existenzgefährdend	3	keine Angaben		nicht einschätzbar
	Begründung:				

7	Wie sind die Öffnungszeiten Ihres Unternehmens geregelt?		
1 1 1 1 9 1	durchgehend geöffnet	Von 07.00 Uhr Von 08.00 Uhr Von 08.00 Uhr Von 08.00 Uhr Von 09:00 Uhr Von 10.00 Uhr	Bis 18.00 Uhr Bis 18.00 Uhr Bis 18.30 Uhr Bis 20.00 Uhr Bis 18.00 Uhr Bis 18.00 Uhr
1 1 3 6 1	Mittagspause	Von 12.00 Uhr Von 13.00 Uhr Von 13.00 Uhr Von 13.00 Uhr Von 13.00 Uhr	Bis 16.00 Uhr Bis 14.00 Uhr Bis 14.30 Uhr Bis 15.00 Uhr Bis 15.30 Uhr
10 1 2	Öffnungsbeginn Montag bis Freitag von:		09.00 Uhr 09.30 Uhr 10.00 Uhr
1 1 9 1	Öffnungsende Montag bis Freitag bis:		13.00 Uhr 17.30 Uhr 18.00 Uhr 18.15 Uhr
1 2 1 14 1 4	Öffnungsbeginn Samstag von:		07.00 Uhr 08.00 Uhr 08.30 Uhr 09.00 Uhr 09.30 Uhr 10.00 Uhr
17 1 2	Öffnungsende Samstag bis:		13.00 Uhr 13.15 Uhr 13.30 Uhr
2	Mittwoch Nachmittag geschlossen		
1	Montags geschlossen		

8 Haben Sie seit 2010 eine oder mehrere Maßnahmen durchgeführt oder planen Sie diese für die nächsten Jahre?

	durchgeführt seit 2010		geplant für 2012-2014		
	ja	nein	ja	nein	ungewiss
Änderungen im Sortiment	9	6	8	6	5
Modernisierung der Geschäftsräume	12	8	9	6	5
Modernisierung der Ladeneinrichtung	10	10	7	5	8
Verkaufsflächenvergrößerung: qm		17		16	1
Standortverlagerung in Preetz	1	17	2	14	2
Standorterweiterung in Preetz		18		18	1
Standorterweiterung außerhalb Preetz	2	14	2	16	2
Standortverlagerung weg von Preetz				18	6
Geschäftsaufgabe				22	3

9 Falls Sie eine Geschäftsaufgabe planen, worin sehen Sie den Hauptgrund?

<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	persönliche Gründe	<input type="checkbox"/> 1	Konkurrenz am Ort	<input type="checkbox"/> 1	Konkurrenz/Umland
	Nachfolgeregelung	<input type="checkbox"/> 2	fehlender Umsatz	<input type="checkbox"/> 1	fehlendes Personal
	andere Gründe:				
Fehlende Kundenfrequenz (2)					
Familienfeindliches Umfeld, wirtschaftsfeindliche Politik					
Nicht ausreichende Marge					
Zu geringer Branchenmix in der Stadt					
Fachkräfte und Auszubildende fehlen					

10	Wie bewerten Sie die Erreichbarkeit und Aufenthaltsqualität der Innenstadt?
-----------	--

	sehr gut	gut	zufrieden- stellend	ausrei- chend	mangelhaft
Erreichbarkeit zu Fuß	12	15	1	0	0
Erreichbarkeit mit dem Fahrrad	14	14	0	0	0
Erreichbarkeit mit dem Kfz	8	9	6	2	4
Aufenthaltsqualität im Freien	1	6	10	4	6
Sauberkeit in der Stadt	1	12	11	2	2
Öffentliche Frei- und Grünanlagen	4	11	9	2	2
Einkaufsangebot im Umfeld	1	10	9	7	0
Atmosphäre zum Einkaufen	1	4	8	9	5
Angebot an Parkmöglichkeiten	5	10	6	5	2
Angebot an Cafés	2	11	10	3	3
Angebot an Eisdielen	2	16	6	2	1
Angebot an Speisegaststätten	0	7	10	4	7

11	Welche Stärken sehen Sie für die Geschäfte in der Stadt Preetz ?
-----------	---

Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Erreichbarkeit zu Fuß/Fahrrad/Kfz
Atmosphäre	<ul style="list-style-type: none"> • Kleinstadt-Charme • Einkaufserlebnis in der Kleinstadt
Innenstadtlage	<ul style="list-style-type: none"> • Räumliche Nähe der einzelnen Geschäfte
Geschäfte - Betriebe	<ul style="list-style-type: none"> • Qualität und Individualität im Angebot • hohes Serviceniveau • persönliche, individuelle Ansprache und Beratung • teilweise überdurchschnittliches Sortiment • Service mit Umtauschmöglichkeiten, • Fachgeschäfte mit Kompetenz • Eigentümergeführt mit persönlichem Kontakt • große Einkaufsstraße • alles (Ärzte und Geschäfte) vor Ort → so sollte es sein • kurze Wege/Vorortkaufen, keine Versandkosten • Wochenmarkt • Verbrauchernah • Lage in der Fußgängerzone • Bankennähe • Branchenmix • gute Versorgungslage für täglichen und gesundheitlichen Bedarf
Stadt	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung durch Bürgermeister Schneider • Kloster als Alleinstellungsmerkmal • kostenloses Parken und gute Parkmöglichkeiten • touristisch wertvolle Innenstadtarchitektur und Lage am See • sehr gute Nahverkehrsanbindung

12	Welche Einkaufsangebote fehlen nach Ihrer Ansicht in der Innenstadt:
-----------	---

Keine	Eine Bewertung
Bekleidung	<ul style="list-style-type: none"> • Bekleidung Damen / Herren • in mittlerer Preislage auch oder gerade für die Generation 50+ • Sportgeschäft • Junge Mode • Exklusives und Designerware
Haushalt	<ul style="list-style-type: none"> • Haushaltswaren • Wäsche/Weißwaren • Drogerie • Werkzeug • Eisenwaren
Schuhe	<ul style="list-style-type: none"> • Wertiges Schuhgeschäft (trotz Zalando!) • modisches Markenschuhgeschäft
Lebensmittel	<ul style="list-style-type: none"> • Fischgeschäft • Konditorei statt lauter Bäcker • Süßwaren
Elektronik	<ul style="list-style-type: none"> • Unterhaltungselektronik • Musik, Audio, CDs
Möbel	<ul style="list-style-type: none"> • Möbel, auch mittelpreisig
Bürobedarf	<ul style="list-style-type: none"> • Schreibwaren
Dienstleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Thai-Massage • „Doc Morris“
Freizeit	<ul style="list-style-type: none"> • Sportgeräte, Wassersport • Spielwaren, auch für ältere Kinder
Unterkünfte	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel

13	Was sollte Ihrer Ansicht nach die Stadt unternehmen, um den Einzelhandel in Preetz attraktiver zu machen?
Werbung	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentlichkeitsarbeit; Vorzüge von Preetz aufzeigen • die Stadt für Touristen attraktiver machen • mehr persönliche Werbung im Umland • gezielte Werbung an Bürger als attraktive Einkaufsstadt • Kreativität der Geschäftsleute unterstützen, nicht behindern (z. B. Werbeschilder) • Werbemaßnahmen der Einzelhändler unterstützen • immer wieder solche Appelle z.B. in der Presse: „Bleibt in Preetz“
Handelsbeschränkungen	<ul style="list-style-type: none"> • reine Dienstleister (Hausverwaltung, Versicherung etc.) in Einkaufsstraßen „einschränken“ • keine weiteren Beschränkungen für Einzelhandel (durch Gebühren, Schild(bürg)ermaße, Verkaufsstände vor dem Laden)
Finanzen	<ul style="list-style-type: none"> • finanzielle Unterstützung (Förderung/Bürgschaft o.Ä.) bei Gemeinschaftsinvestitionen z.B. Überdachung Marktplatz-Fußwege (wie z.B. Arkaden Kiel, Holtenauer Straße) • keinerlei Parkgebühren
Gastronomie	<ul style="list-style-type: none"> • genussreiche Gastronomie am Markt ansiedeln (mit Außenutzung), damit die Preetzer tagsüber und abends in ihrem Zentrum „<u>leben</u>“
Geschäfte / Betriebe	<ul style="list-style-type: none"> • hohes Serviceniveau erhalten • Emotionalität/Stimmungen/Bindungen schaffen • Qualität und Individualität im Angebot • Angebotsnischen besetzen • versuchen, längere Leerstände von Geschäften zu vermeiden • weihnachtliche Atmosphäre schaffen • mehr Aktionen mit allen zusammen (20 % auf alles) zu besonderen Anlässen, z.B. Flohmarkt, Sonntagsöffnung • versuchen, einen kleinen Branchenmix zu schaffen und keine Großkonzerne in der Innenstadt • mehr „Outdooraktivitäten“, Straßencafés, Biergärten, Kleinkunst, Straßenmaler • von den Sonntagsaktionen absehen und Preetz während der normalen Öffnungszeiten präsentieren
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • „Marktberuhigung“ modifizieren (z.B. in einer Richtung befahrbar oder Hälfte des Platzes) • größeres Zeitfenster bei Parkuhren • Marktplatz attraktiver gestalten (Kiosk z.B.) • bessere Beschilderung an der Umgehungsstraße • Gesamtkonzept entwickeln: Stadt – Kirchen<u>u</u> – Kloster – Museen – Seen • zentrale Parkplätze bereitstellen • mehr Zusammenarbeit zwischen Einzelhandel, Kirche, Kirche-see (Kanu), Kloster

Aufgabenwahrnehmung Stadt	<ul style="list-style-type: none"> • mehr Zusammenarbeit: Stadt – Polizei – Verkehrsleitung • Steuer auf Leerstand bei Ladengeschäften • Trinkergruppen in der Stadt speziell am Markt nicht dulden • keine restriktive (wie geplant) Außenwerbungssatzung • „Pinkelecke“ im Sky-Gang verbieten • keine weiteren Discounter • Aufträge (öffentliche) nur an ortsansässige Firmen vergeben, kann man schon bei der Ausschreibung beeinflussen • falls möglich: Einflussnahme auf Neubesetzung von Geschäften, damit Vielfalt erhalten bleibt (also: keine weiteren Bäcker, Supermärkte usw.) • Unterstützung insbesondere kleiner Geschäfte (z.B. beim Aushandeln möglichst geringer Mieten; Appelle an Immobilienbesitzer!) • Helfen, die obere Kirchenstraße wieder ins Bewusstsein der Bevölkerung zu rücken (z.B. ebenfalls in der Presse). Die Ampelschaltung in der Kirchenstraße ist gelinde gesagt „fußgängerunfreundlich“! • Übernachtungsmöglichkeiten (<u>Hotel</u>) für Touristen schaffen • die Stadt sollte sich überlegen, dass auch in denkmalgeschützten Häusern tagsüber Geld verdient wird und die Außendarstellung eine gewisse Fernwirkung haben muss (siehe Werbesatzung); nach Geschäftsschluss kann sich die Werbung wieder zurücknehmen und die alten Gemäuer glänzen. • viel einfachere Regelungen bzgl. Außenwerbung (Bestandsschutz bestehender Werbung), Außenbestuhlung, Biergärten etc. • mehr Präsenz der Ordnungshüter gegen Randalierer • Visionen entwickeln und verwirklichen: Gastronomie am See, touristische Erschließung des Klosters, Hotelneubau • öffentliches und offensives Werben der führenden Personen aus der Politik für die „Einkaufsstadt Preetz“ • keine Überkontrolle durch das Ordnungsamt (z.B. Sondernutzungsgebühren) • unbürokratische Hilfe bei der Belebung der Innenstadt
Markt	<ul style="list-style-type: none"> • ebene Flächen vor den Geschäften verbreitern • Bepflanzung der Marktplatzmitte mit Großbäumen (4-5) • Rollstuhlgerechte Pflasterung des Marktplatzes • bessere Gestaltung des Marktplatzes, z. B. mehr Stühle und Tische nicht so ordentlich • Marktplatz begrünen • mehr Parkplätze, auch auf dem Markt

14	Was sollte Ihrer Ansicht nach der Einzelhandel unternehmen, um den Einzelhandel in Preetz attraktiver zu machen?
-----------	---

Öffnungszeiten	<ul style="list-style-type: none"> • einigung einheitlicher Öffnungszeiten • einheitliches Öffnen bei Veranstaltungen
Konzepte	<ul style="list-style-type: none"> • offen sein für die Kreativität des Handels • Preetz zu einer <u>Marke</u> machen für Einkäufen mit Gemütlichkeit, Stil, Qualität, Service und Flair • gemeinsame Aktionen • Erscheinungsbild überprüfen • möglichst individuell bleiben • Leerstände vermeiden • Werbung nach außen für die Attraktivität von Preetz als Einkaufsstadt
Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> • Schaufenster-Dekos attraktiver Gestalten • Mut zu Sortimentserweiterung, Saisonartikel • Verkaufssortiment auf Mitbewerber abstimmen, Exklusives aufnehmen • Personal muss freundlich, kompetent und hilfsbereit sein • firmeneigene Marketingmaßnahmen finden und Kundenkartei führen, z.B. Einladungen zu Produktneuheitenpräsentationen versenden • das Wichtigste ist Freundlichkeit und Service, mit einem „Lächeln verkaufen!“ • hochwertige Präsentation der Ware • auf Sauberkeit und Ordnung im Schaufenster achten • gegenseitiges Einkaufen der Geschäftsleute • Spezialisierung auf „einzigartige“ Sortimente • Verkauf über Qualität und nicht über den Preis • sich auf seine individuellen Stärken besinnen
Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • besser zusammenarbeiten • Auflösung der drei „Bereiche“ Lange Brück-/Markt/Kirchenstraße; stattdessen: Zusammenarbeit • miteinander arbeiten – nicht gegeneinander (z.B. beim Wareneinkauf, nicht miteinander in Konkurrenz treten) • den Gedanken „Global Denken – Lokal Handeln“ mehr in die Öffentlichkeit tragen • gemeinsame Rhetorik/Verkaufsschulungen
Veranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • Klotzen, nicht Kleckern, d.h. bessere Kooperationen und Konzentration auf wenige Termine

15	Was sollte Ihrer Ansicht nach der Verein Schusterstadt Preetz e.V. unternehmen, um den Einzelhandel in Preetz attraktiver zu machen?
Veranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerbe, z.B. „Das Schaufenster des Monats“ • Vorstellung (Zeitung, Internet, Medien) der einzelnen Einzelhändler • gemeinsame Aktionen fördern - koordinieren • Unterstützung der gemeinsamen Arbeit des Einzelhandels • alle Anbieter auf Kunsthandwerkermarkt usw. genau aussuchen, keine „Ramschanbieter“ • Preetzer Glückssterne anbieten • Floß- und Bootsfahrten auf der Schwentine
Marketing nach außen	<ul style="list-style-type: none"> • große und frühzeitig aufgestellte Hinweisschilder auf Stadt und evtl. Veranstaltungen an der Umgehungsstraße – diese Stadt existiert für Ortsunkundige überhaupt nicht! • Öffentlichkeitsarbeit verstärken • Einzelhändler für Preetz interessieren und anwerben, die Waren anbieten, die nicht bei Aldi, Lidl und Co auch zu haben sind. • besseres Marketing bei Reiseveranstaltern / Color und Stena-Line / DB • Paketangebote (Kultur, Stadt- und Klosterführung) , Gastronomie, Hotellerie) • Konzept mit Plön u.a. („Holsteinische Schweiz“) • Werbekarten/Flyer der insbesondere kleineren Geschäfte in der Geschäftsstelle auslegen und Touristen anbieten • Werbung (z.B. Vorstellung einzelner Geschäfte monatlich im Preetz Magazin) • Vorzüge der örtlichen Kaufleute transportieren • regionale (Kiel, Probstei, OH, HL) Bewerbung der „Einkaufsstadt Preetz“ • Lobbyarbeit in den politischen Parteien
Marketing nach innen	<ul style="list-style-type: none"> • Informationen aller Kaufleute über Aktionen • Werbemaßnahmen der Einzelhändler unterstützen • Flyer herausbringen: „Was kauft man wo in Preetz“ • regelmäßige gemeinsame Infoveranstaltungen für alle • Geschäftsleute, auch Nichtmitglieder • ehrenamtliches Engagement besser würdigen, z.B. Wimpel aufhängen in der Lange Brückstraße • gemeinsame Rhetorik/Verkaufsschulungen
Stadtgestaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Sitzmöglichkeiten im Außenbereich für Cafés und Restaurants • Verkehrsberuhigung der Kirchenstraße, z.B. Anlieferung bis 10:30 Uhr durch LKW; dadurch bessere Atmosphäre
Stadtentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Tourismusförderung • Park+Ride-Service ZOB/Fachmarktzentrum schaffen • Schaffen von Übernachtungsmöglichkeiten

Verschiedenes	<ul style="list-style-type: none"> • Leerstände vermeiden • Auflagen und Kosten für Straßenstopper, Ständer, Stühle und Tische so niedrig wie möglich halten • Parkplätze bereitstellen • versuchen, Neuansiedlungen zu fördern und Willige zu werben in den Branchen, die fehlen oder unterbesetzt sind • evtl. moderieren zwischen Mieter und Vermieter, um Betriebe zu halten • keine Parkgebühren
---------------	---

16	Welche Aktionen sollte der Verein Schusterstadt Preetz e.V. weiterhin planen oder unterstützen?		
5	Gewerbeschau	12	Kunsthandwerkermarkt
9	Autoschau	11	Verkaufsveranstaltungen
14	Regionalmarkt	13	Kunst- und Kulturveranstaltungen
16	Schusterfest	11	Kinderfest
19	Candle-Light-Shopping	7	Sportveranstaltungen
20	Touristische Tagesangebote	13	Weihnachtsmarkt
23	Weihnachtsbeleuchtung		
Sonstige Vorschläge:			
Schnitzeljagd für Senioren			
Plakatwerbung im Umland fehlt			
Nicht alles am Sonntag			
Kulinarischer Markt statt Schusterfest			
Kulturnacht			
Body-Painting			

17	Welche Fragen haben wir vergessen? Geben Sie weitere Anregungen!
-----------	---

Einzelhandel	<ul style="list-style-type: none"> • Rickert“-Geschäftshaus für Investor(en) als Shoppinghaus planen: einzelne, kleine Shops (Shop in Shop) mit gutem Sortiment / Marken wie z.B. „Buddelei“, Gerry Weber, Cecil, Bonita etc. • Gesamtkonzept evtl. mit Einzelhandelsverband erarbeiten? • Die Regionalpresse (reporter) muss stärker in Preetz eingebunden werden? • welche Aktivitäten planen die Preetzer Geschäftsleute, um sich in die oben aufgeführten Aktionen einzuklinken, um selbst auch in ihren Räumen für Frequenz zu sorgen? • Geschäftsinhaber sollten sich auch als Kunden verstehen
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • die Parkzeiten sind häufig zu kurz, um alle Besorgungen und Termine entspannt wahrnehmen zu können. • Barrierefreiheit • Ampelschaltung Mühlenstraße sehr schlecht! • Einwirken auf Vermieter (Mieter, Modernisierung) • Busverbindungen – Umland – • Billigticket? • Rasen durch die Einkaufsstraße, besonders abends)
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Einwirken auf Anwohner der Innenstadt, die sich über Wimpel wegen Geräusche beschwerten • kulinarischen Markt beleben
Interview	ein Interview