



Einzelhandels- und Zentrenkonzept Gemeinde Schlangen

Ergebnisse der Online-Betriebsbefragung
18.12.2023



cima.

Online-Betriebsbefragung Schlangen

Methodik

- Was & wann?** Onlinebefragung: 11. November – 02. Dezember 2023
- Wie viele?** 28 Betriebe
- Ergebnis:** Die Kernergebnisse der Befragung werden auf der nachfolgenden Folie 3 dargestellt; die Auswertungen aller Einzelfragen sind in den darauffolgenden Folien 4 – 23 aufbereitet.

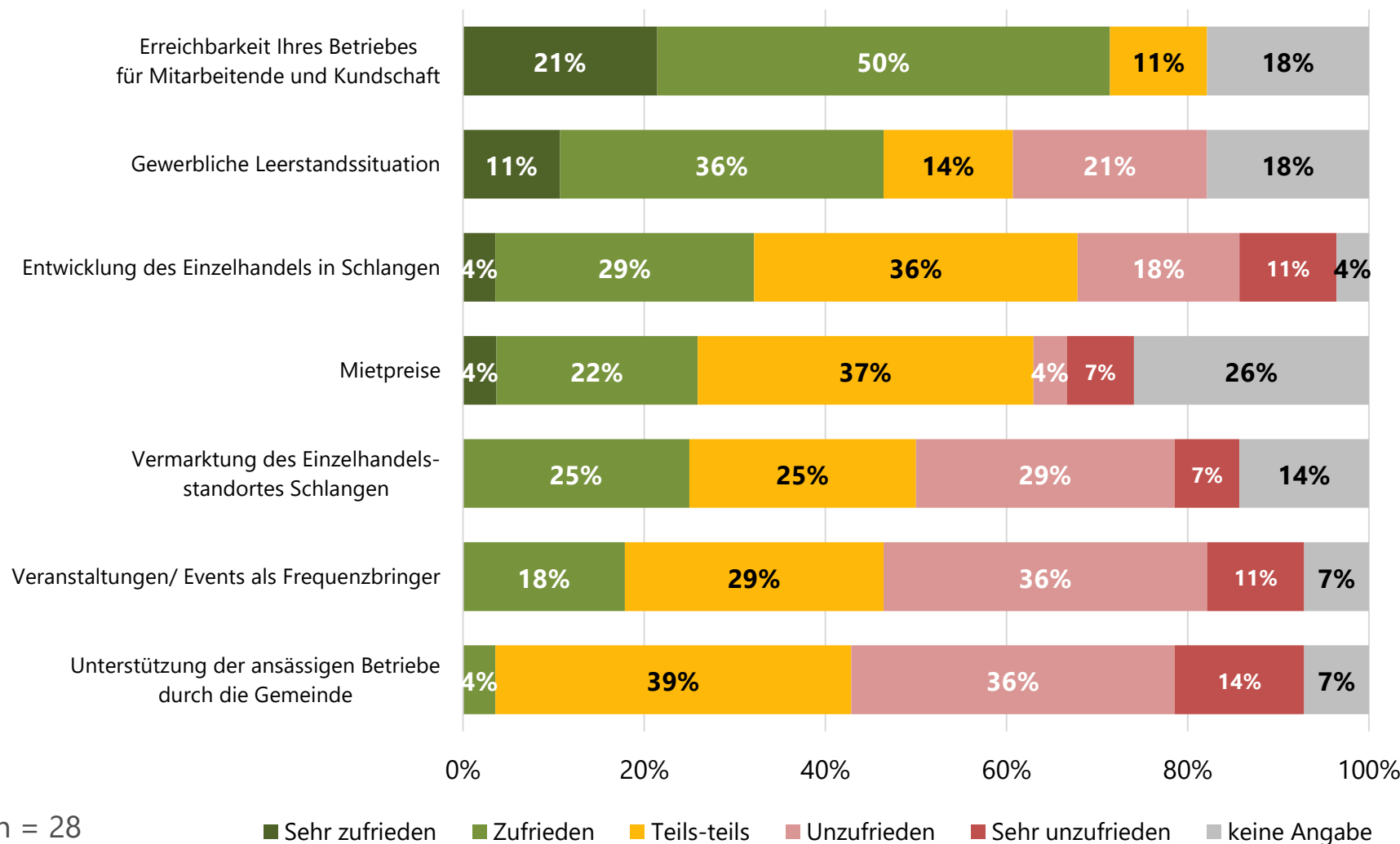
Ziel/Zweck:

- Die Ergebnisse vermitteln ein Stimmungsbild der Betriebe und geben Hinweise auf wichtige Themen und Handlungsbedarfe
- Keine repräsentative Befragung!

Online-Betriebsbefragung Schlangen

Der (Einzelhandels-)Standort Schlangen

Wie zufrieden sind Sie mit den nachfolgenden Aspekten des Einzelhandelsstandortes Schlangen?

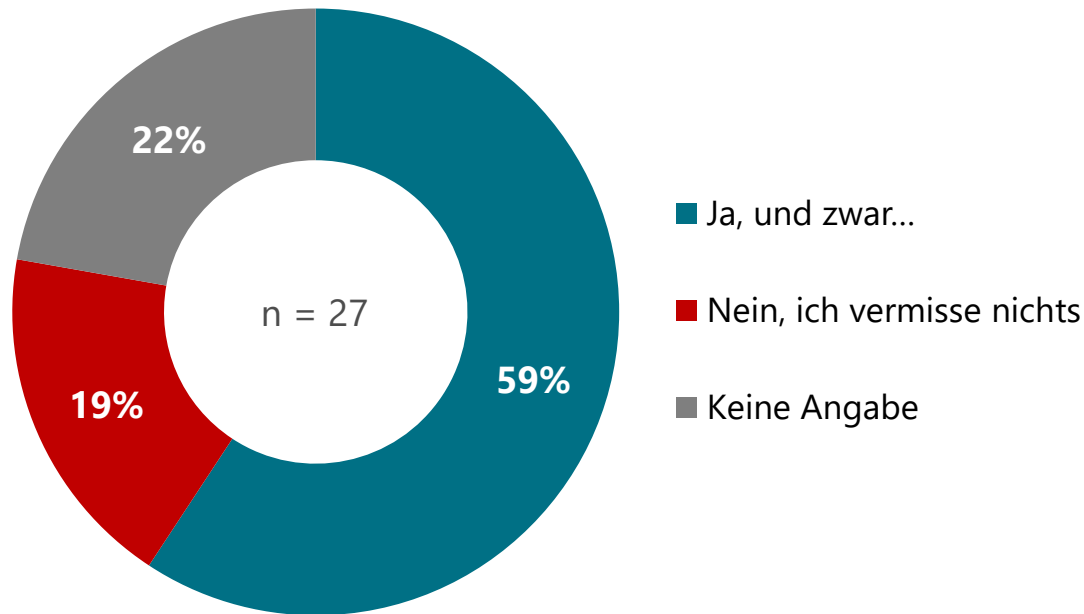


- Die größte Zufriedenheit der befragten Unternehmen bezieht sich auf die Erreichbarkeit des eigenen Betriebes für Mitarbeitende und die Kundschaft.
- Die gewerbliche Leerstandssituation wird überwiegend als gut bewertet.
- Tendenziell eher unzufrieden sind die Betriebe mit der Vermarktung des Einzelhandelsstandortes Schlangen sowie Veranstaltungen/ Events als Frequenzbringer.
- Rd. 50 % der Betriebe sind unzufrieden bzw. sehr unzufrieden mit der Unterstützung der ansässigen Betriebe durch die Gemeinde Schlangen.

Online-Betriebsbefragung Schlangen

Der (Einzelhandels-)Standort Schlangen

Gibt es Geschäfte, Sortimente oder Dienstleistungen, die fehlen bzw. die zur Attraktivierung des Standortes/des Angebotes beitragen könnten?



- Rd. 59 % der teilnehmenden Betriebe vermissen Geschäfte, Sortimente oder Dienstleistungen, die zur Attraktivierung des Standortes/ des Angebotes beitragen könnten. Genannt wurden:
 - Breiteres Einzelhandelsangebot: u. a. Schuhgeschäft, Drogeriemarkt, Bekleidung, Baumarkt
 - Vielfältigere Gastronomie (u. a. Restaurant, Café, Bistro)
 - Sonstiges: Übernachtungsmöglichkeiten, Kinderarzt
- Rd. 19 % vermissen keine Geschäfte, Sortimente oder Dienstleistungen.

Online-Betriebsbefragung Schlangen

Der (Einzelhandels-)Standort Schlangen

Haben Sie allg. Verbesserungswünsche oder Anregungen zur Einzelhandelssituation in der Gemeinde Schlangen? Nennung von max. 3 konkreten Verbesserungsvorschlägen.

„Weiterhin kostenlose Parkplätze in Nähe der Geschäfte“

„Verkehrs- und Parksituation beibehalten“

„Gewerbesteuern der vorhandenen Infrastruktur anpassen! Senken!“

„Überregionale Bewerbung des Standortes, Senkung der Gewerbesteuer auf ein Niveau unterhalb von Paderborn/Lippspringe“

„Attraktivität steigern durch Industrieflächenerweiterung“

„Förderung von Startups/Kleinunternehmern zum Gewerbestart durch Angebote in Bezug auf Werbung oder Veranstaltungen (Märkte, Inserate, etc.)“

„Weniger Gewerbesteuer statt planwirtschaftlicher Gedanken“

„Senkung der Gewerbesteuer“

„Betrachtung der Einzelhandelssituation von Schlangen und Bad Lippspringe als Einheit“

„Aktive Hotelakquisition“

„Ausbau des Radwegenetzes zur besseren Erreichbarkeit der Läden“

„Senkung Grundsteuer unterhalb Paderborn/ Bad Lippspringe, Förderung der Ansiedlung, Förderung bestehender Betriebe“

„Kleidungs- und Schuhgeschäft“

„Lifestyle-Loungebar für junge und ältere Leute“

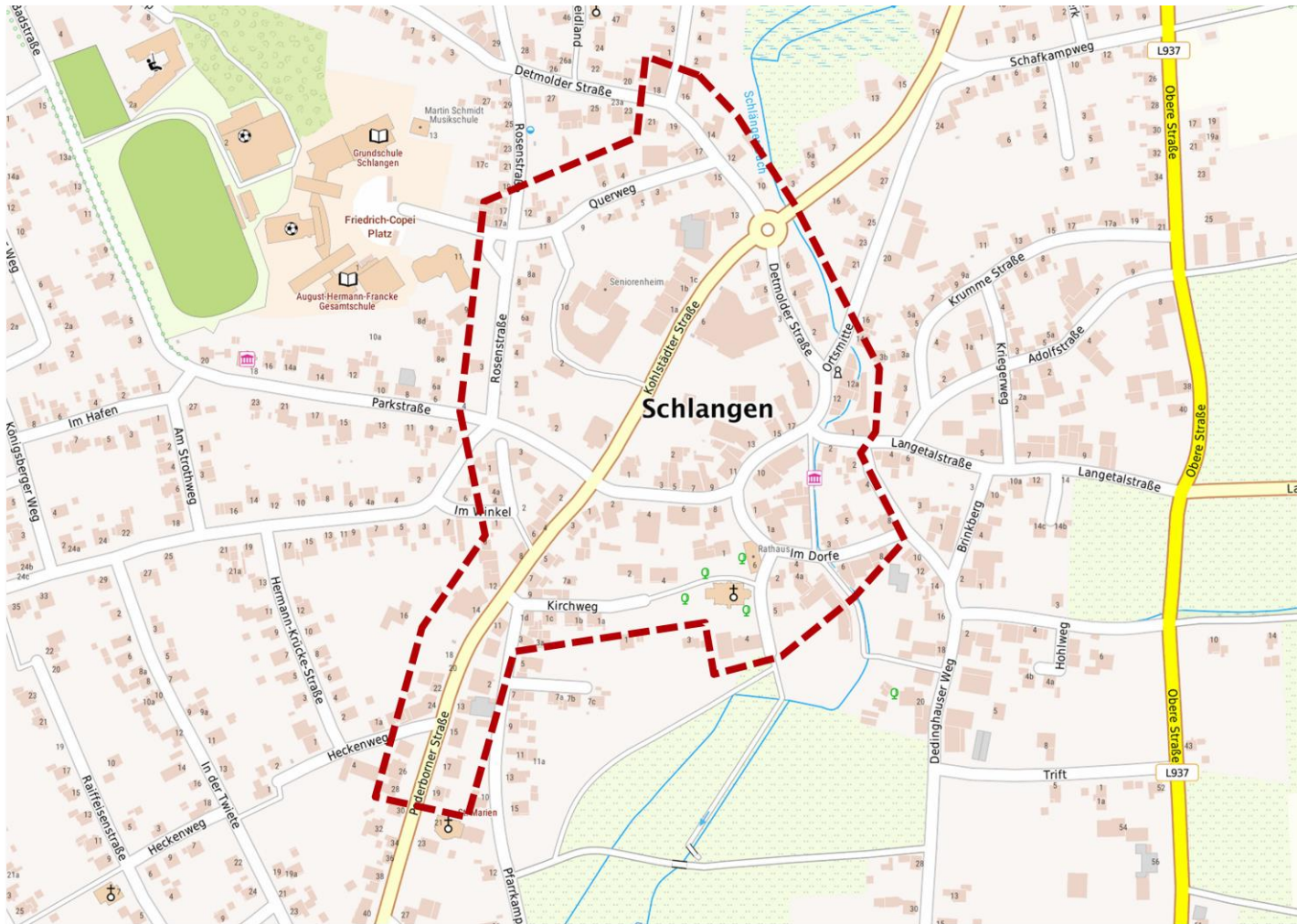
„Attraktivität verbessern: Parken, Sauberkeit etc.“

„Bestehende Geschäfte unterstützen und kein Überangebot in manchen Branchen z. B. Backwaren, Fleischwaren“

Online-Betriebsbefragung Schlangen

Ortszentrum Schlangen

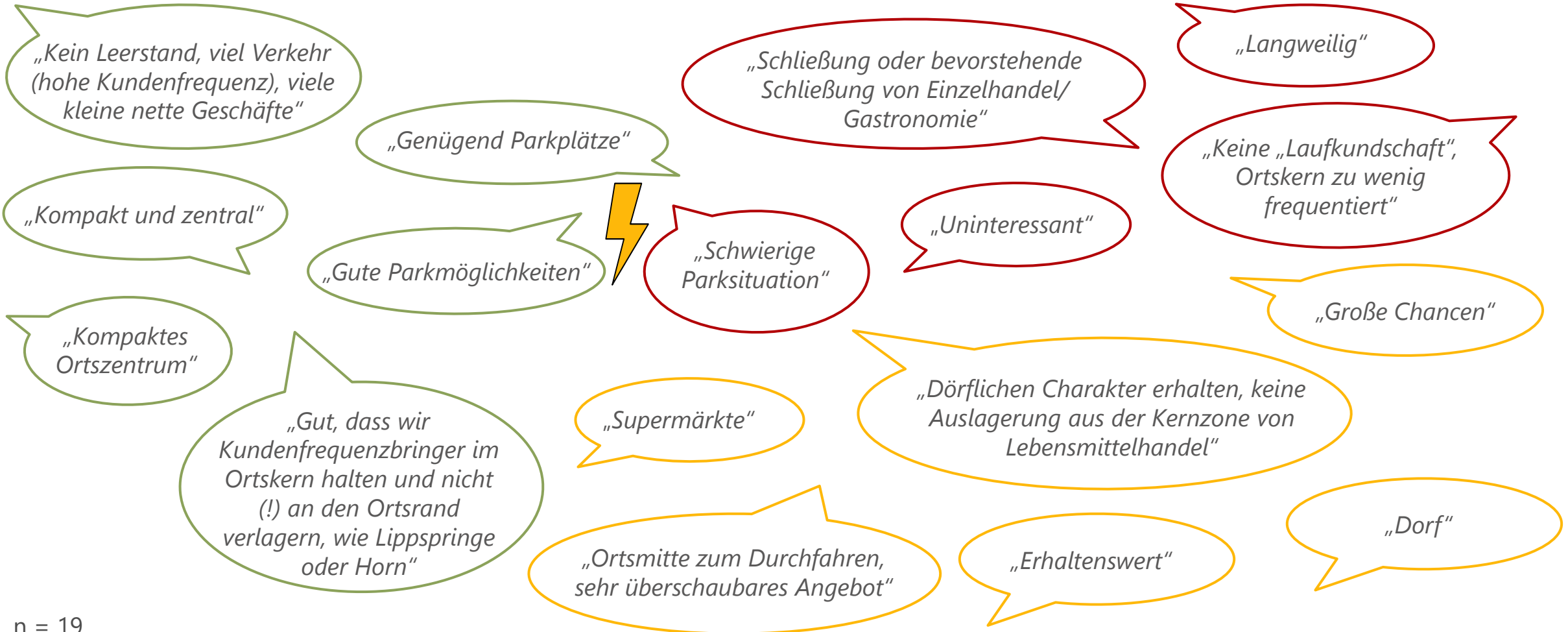
Die nachfolgenden Fragen beziehen sich speziell auf das Ortszentrum Schlangen



Online-Betriebsbefragung Schlangen

Ortszentrum Schlangen

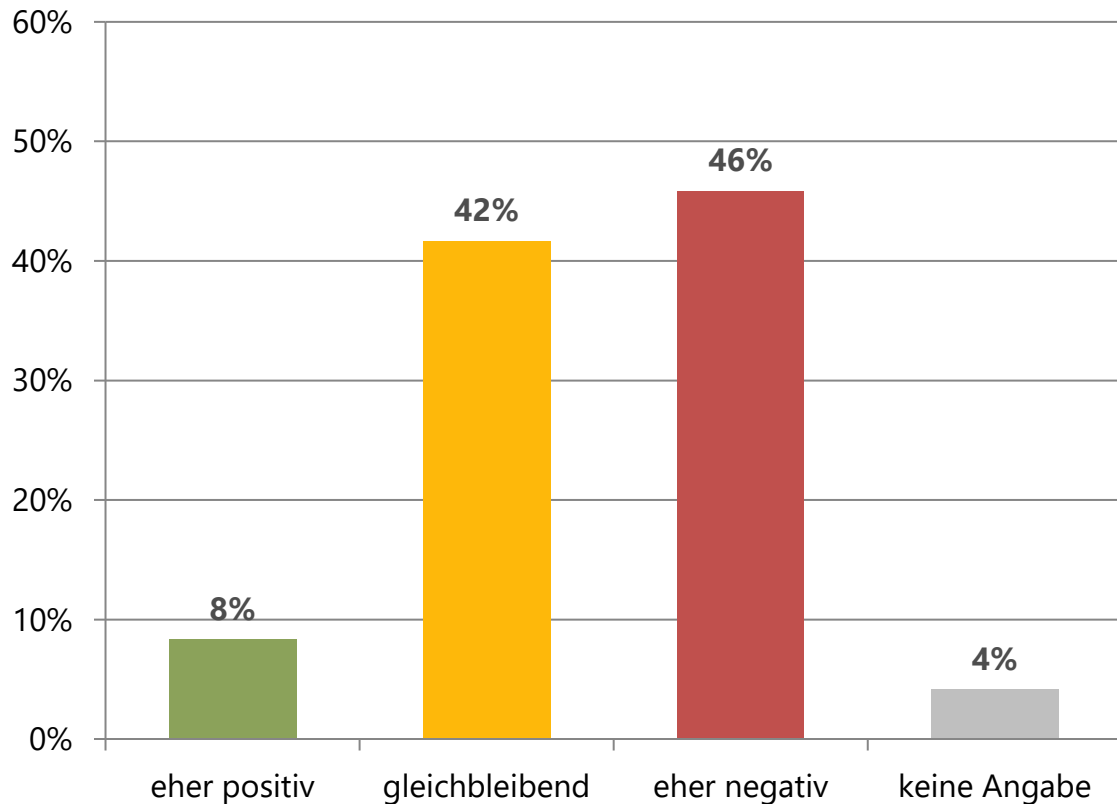
Was fällt Ihnen spontan ein (erste Assoziation), wenn Sie an das Ortszentrum Schlangen als Einzelhandelsstandort denken?



Online-Betriebsbefragung Schlangen

Ortszentrum Schlangen

Wie hat sich das Ortszentrum Schlangen aus Ihrer Sicht in den vergangenen fünf Jahren entwickelt?



n = 24

Was sind aus Ihrer Sicht die wesentlichen Gründe für diese Entwicklung?

Positive bzw. gleichbleibende Entwicklung, u. a.:

- „Gute Werbegemeinschaft“
- „Kaum Leerstand“
- „Gemeinde/ Bürgermeister hat sich immer für die kleinen Geschäfte eingesetzt“
- „Schönes Ortszentrum durch den historischen Gasthof Ostmann“
- „Sehr gute Versorgung durch Apotheken und viele Ärzte in sehr schönem Gebäude“

Negative Entwicklung, u. a.:

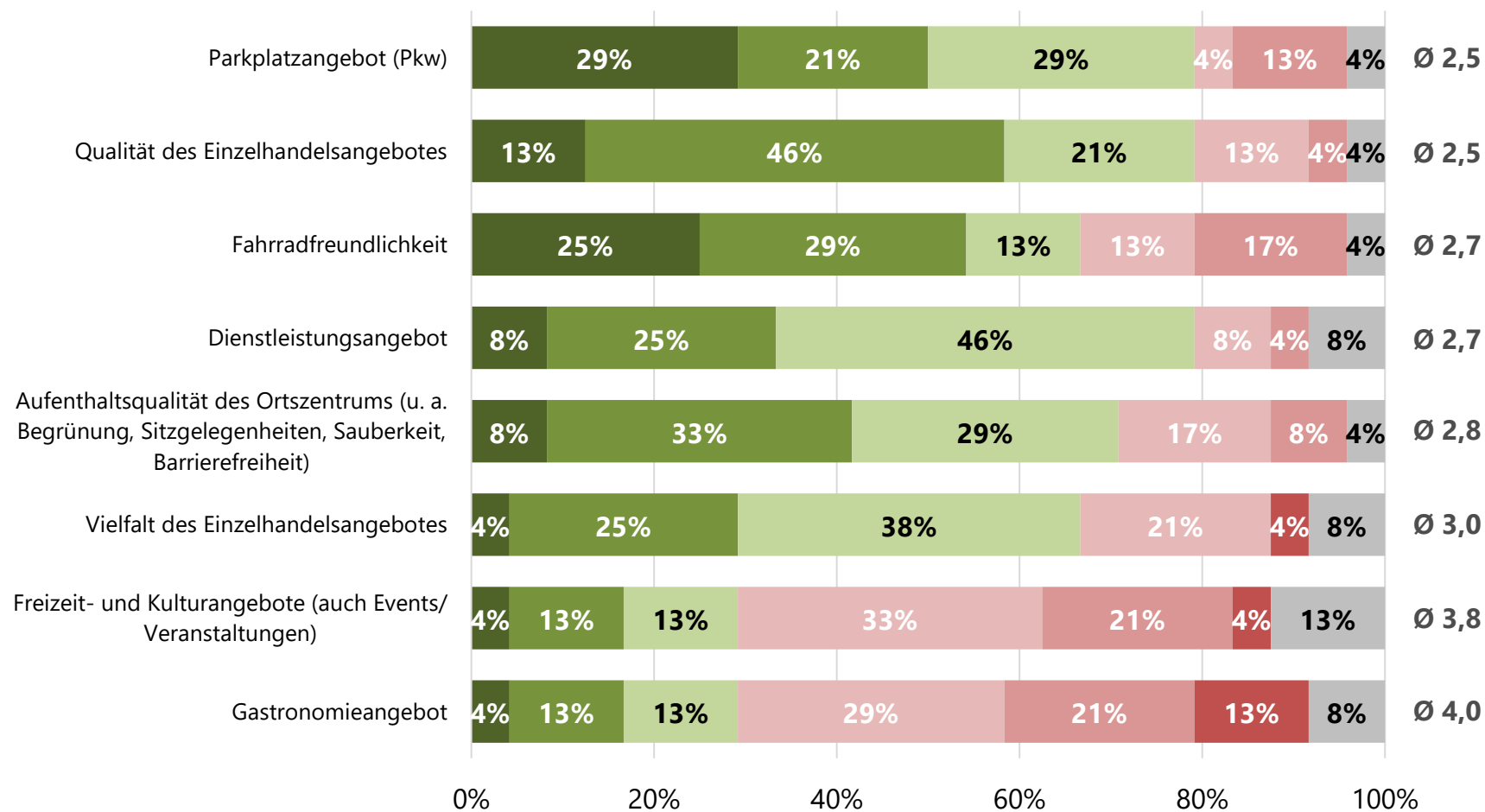
- „Schließung wichtiger Geschäfte“
- „Läden reagieren nicht/falsch auf Online-Handel“
- „Zielrichtung auf ältere Personen“
- "Das war schon immer so"-Mentalität“
- „Veraltete und unattraktive Gastronomie (außer Pizzeria)“
- „Kein städtebauliches Konzept“

Online-Betriebsbefragung Schlangen

Ortszentrum Schlangen

Bitte vergeben Sie für folgende Eigenschaften des Ortszentrums von Schlangen Schulnoten.

(1 = sehr gut, 6 = ungenügend)



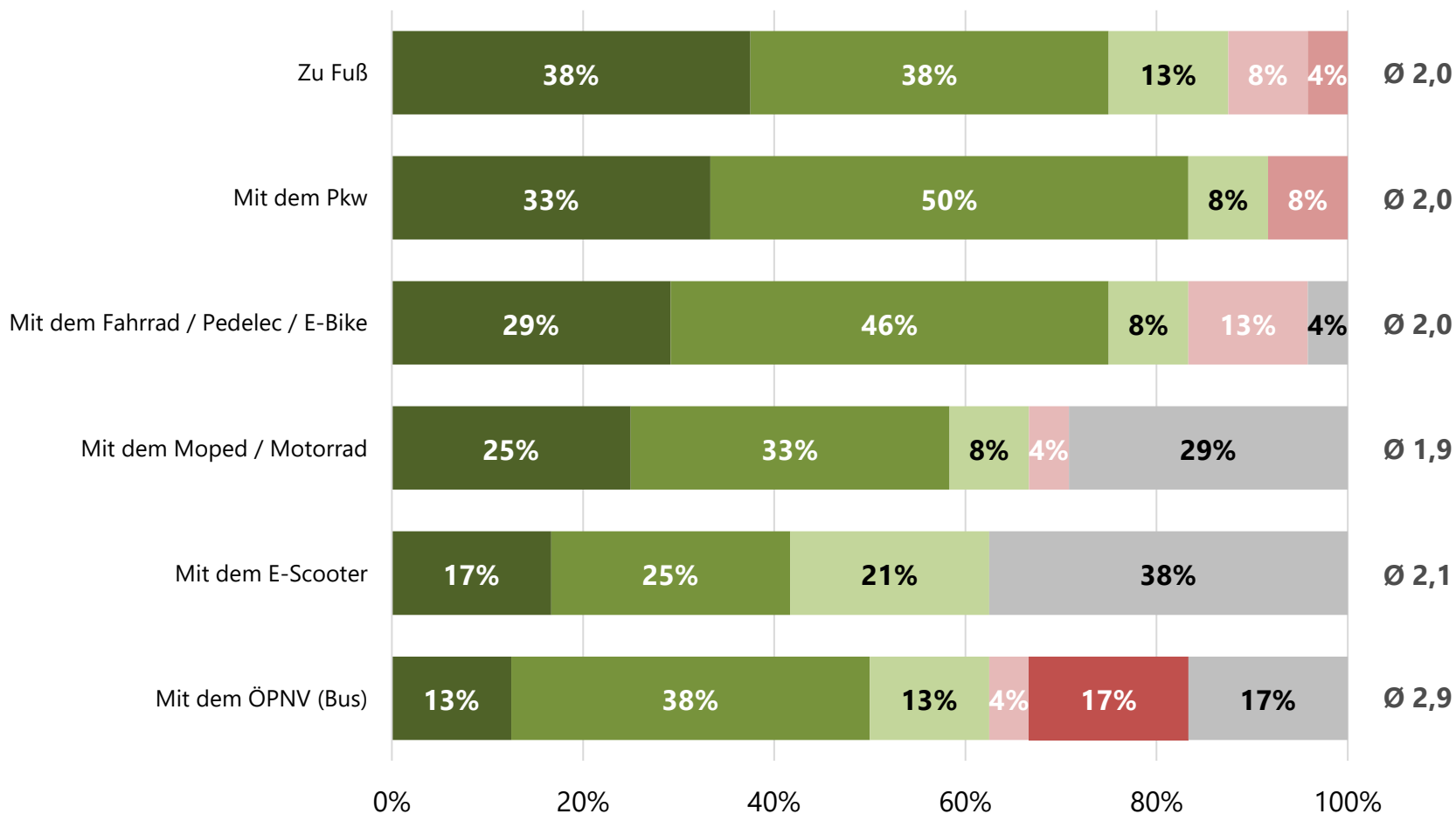
- Die besten Noten für das Ortszentrum werden von den Betrieben für das Pkw-Parkplatzangebot sowie die Qualität des ansässigen Einzelhandelsangebotes (jeweils Note 2,5) vergeben.
- Überwiegend positiv werden auch die Fahrradfreundlichkeit (2,7), das Dienstleistungsangebot (2,7) sowie die Aufenthaltsqualität im Ortszentrum (2,8) bewertet.
- Vergleichsweise schlechter bewertet wird das Freizeit- und Kulturangebot im Ortszentrum (3,8) sowie das Gastronomieangebot (4,0).

Online-Betriebsbefragung Schlangen

Ortszentrum Schlangen

Wie beurteilen Sie die Erreichbarkeit des Ortszentrums mit den jeweiligen Verkehrsmitteln?

(Schulnoten von 1 = sehr gut, bis 6 = ungenügend)



- Es fällt auf, dass durchweg alle Verkehrsmittel zur Erreichbarkeit des Ortszentrums der Gemeinde Schlangen von den Betrieben eine überwiegend sehr gute bzw. gute Bewertung erhalten.
- Insbesondere die Erreichbarkeit zu Fuß, mit dem Pkw sowie mit dem Fahrrad/Pedelec/E-Bike werden zum Großteil positiv bewertet.
- Einzig im Bereich ÖPNV lassen sich von Seiten der Betriebe etwaige Optimierungspotenziale erkennen (rd. 21 % vergeben die Note 5/6).

Haben Sie allg. Verbesserungswünsche oder Anregungen zur Attraktivierung & Stärkung des Ortszentrums in Schlangen? *Nennung von max. 3 konkreten Verbesserungsvorschlägen.*

Erreichbarkeit & Mobilität, u. a.:

- „Pflasterung verbessern“
- „Wieder Schritttempo“
- „Kleinbusanbindung der Ortsteile an den Ortskern“
- „Erhaltung der derzeitigen Verkehrs- und Parkplatzsituation“
- „Kein weiterer Kreisel, wem die Situation an der Hauptkreuzung zu unübersichtlich ist, kann die Ortsmitte am Kreisel beim Kreiseck verlassen“
- „Kreisverkehr bei Göken“
- „Zu enge/kleine Parkplätze VOR den Schaufenstern durch zentralen Parkplatz ersetzen“
- „Umstrukturierung Schlänger Markt, keine Sperrung der Hauptdurchgangsstraße“

Aufenthaltsqualität, u. a.:

- „Sauberkeit verbessern“
- „Mehr Verweilanreize im Ortszentrum“
- „Straßenbeleuchtung in den Abendstunden müsste länger angeschaltet werden“
- „Begrünung“
- „Mehr Gemütlichkeit“

Angebot, Aktionen u. a.:

- „Erhaltung des historischen Gasthofes Ostmann“
- „Bessere Gastronomie“
- „Bereitstellung von weiteren Gewerbeflächen“
- „Markt ist nicht mehr attraktiv seit der Gemüsestand weg ist.“
- „Das Bürgerhaus nicht nur als Museum nutzen, sondern Gemeinschaft und regionale Produkte und Aktivitäten fördern“
- „Mehr Veranstaltungen im Ortskern (außer Schlänger Markt), bei denen die Einzelhändler mit einbezogen werden“
- „Evtl. Sommerevent: Langer Tisch...“

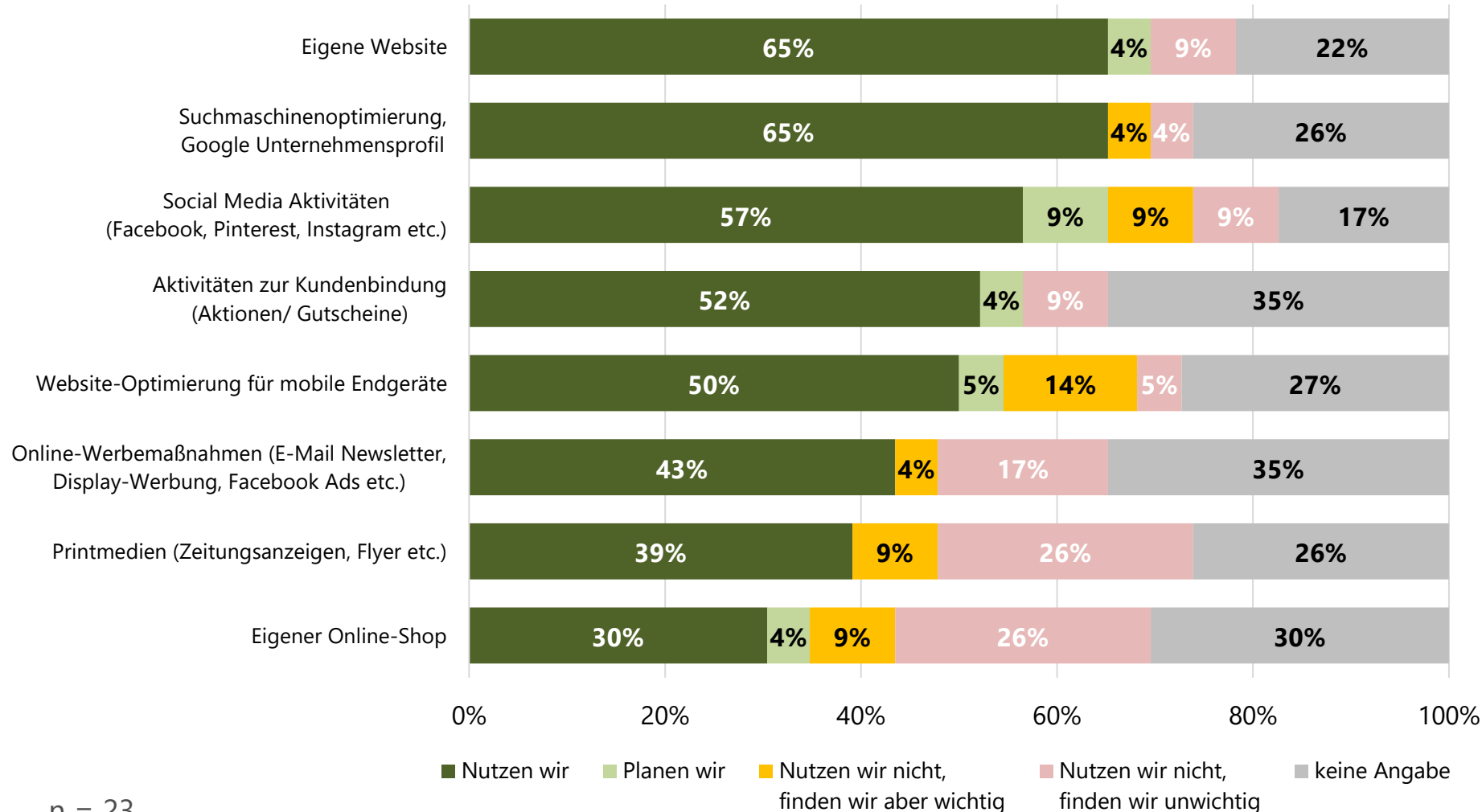
Sonstiges, u. a.:

- „Festlegung eines Einzelhandelskonzeptes mit den Anforderungen an zukünftige Gewerbetreibende (bspw. welche Art wird benötigt, welche weniger - u. a. keine weiteren Kosmetikstudios und Friseure)“
- „Mittel- und langfristiges Konzept für den Ortskern, Ziele und Maßnahmen“
- „Attraktivität und Wahrnehmung im Umland verbessern“
- „Attraktive alternative Angebote wie Dritter Ort“

Online-Betriebsbefragung Schlangen

Online-Aktivitäten und Marketing

Welche der nachfolgend aufgeführten Aktivitäten zur Vermarktung nutzen oder planen Sie derzeit?

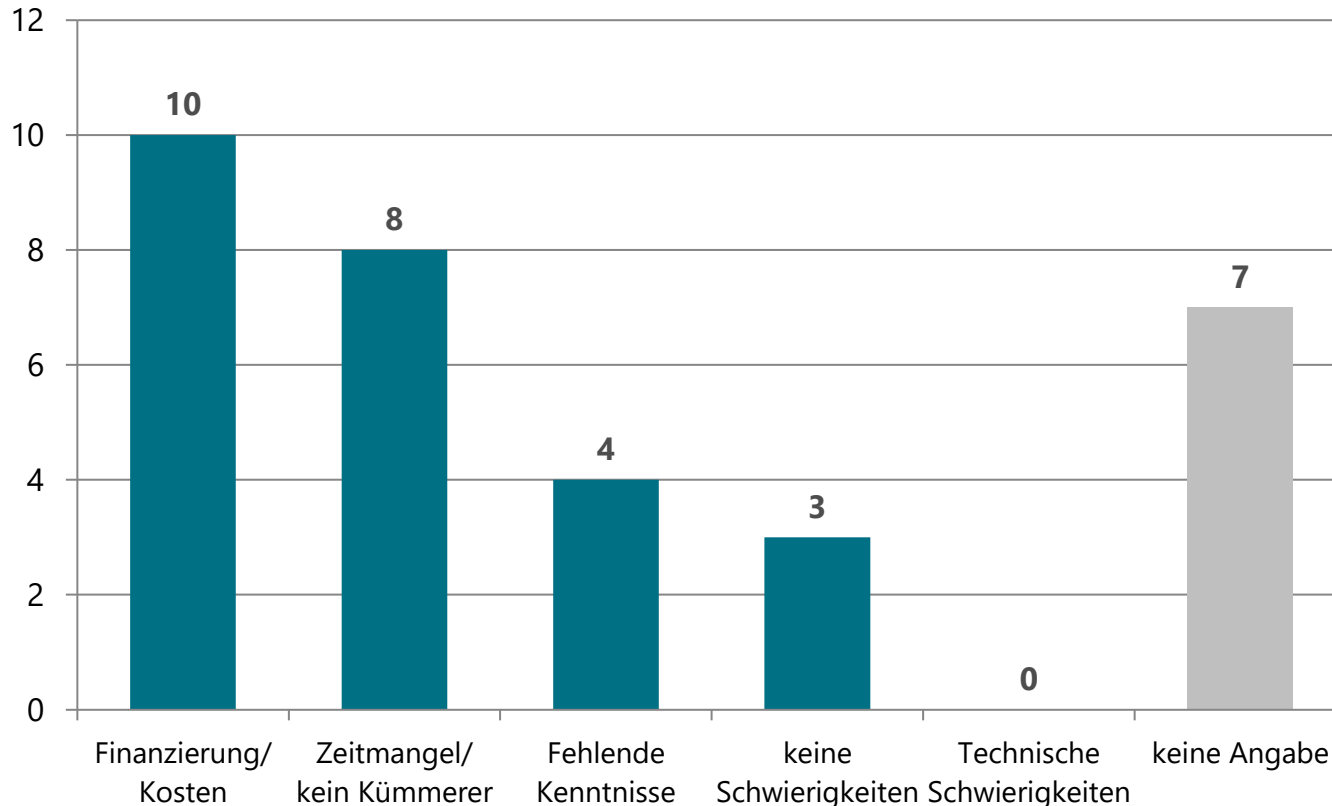


- Alle teilnehmenden Unternehmen nutzen einzelne oder mehrere Aktivitäten zur Vermarktung des eigenen Betriebes.
- Die gängigsten Aktivitäten beziehen sich auf den Betrieb einer eigenen Website, Suchmaschinenoptimierung bzw. Google Unternehmensprofile (je rd. 65 % Nutzung).
- Rd. 9 % setzen sich aktuell mit Planungen für Social-Media-Aktivitäten auseinander.
- Printmedien und eigene Online-Shops werden von jeweils rd. 26 % als unwichtig bewertet.

Online-Betriebsbefragung Schlangen

Online-Aktivitäten und Marketing

Welche Schwierigkeiten/ Herausforderungen sind Ihnen bei der Umsetzung von (Online-)Marketingmaßnahmen für Ihr Unternehmen begegnet bzw. was hindert Sie daran, von Ihnen noch nicht genutzte Marketingmaßnahmen einzusetzen? Mehrfachnennungen möglich



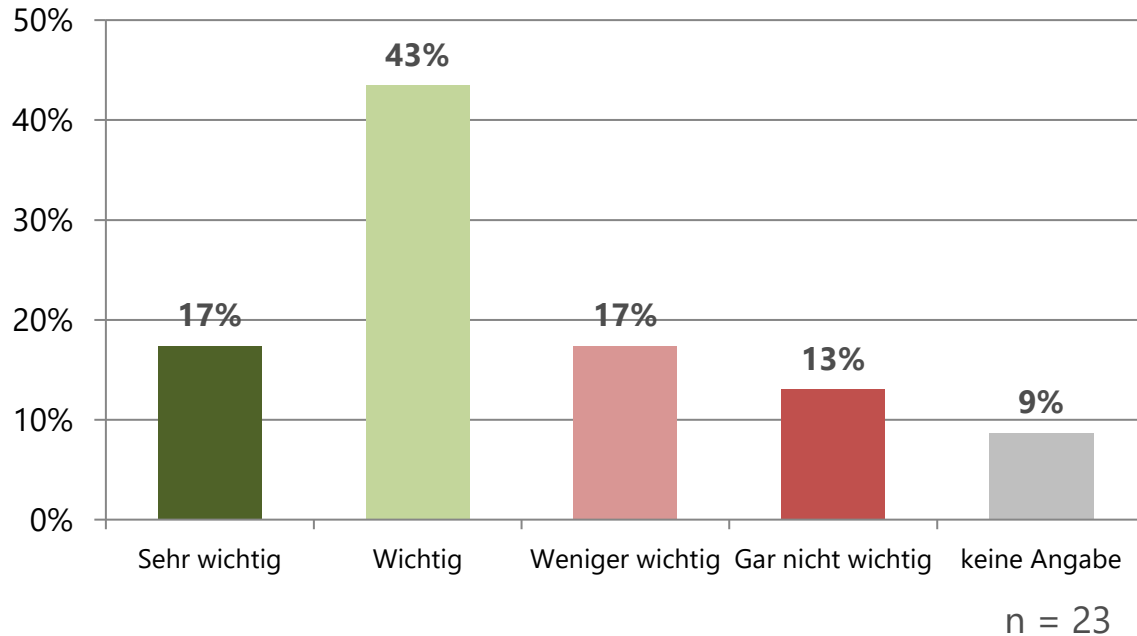
- In erster Linie stellen die Themen Finanzierung & Kosten die größten Schwierigkeiten/ Herausforderungen für die Betriebe dar, (Online-)Marketingmaßnahmen einzusetzen.
- Darüber hinaus werden diese Aufgaben z. T. auch als zusätzliche Belastung („Zeitfresser“/ kein eigenes Fachpersonal), angesehen.
- Fehlende Kenntnisse spielen eher eine untergeordnete Rolle.

n = 23, Nennungen = 32

Online-Betriebsbefragung Schlangen

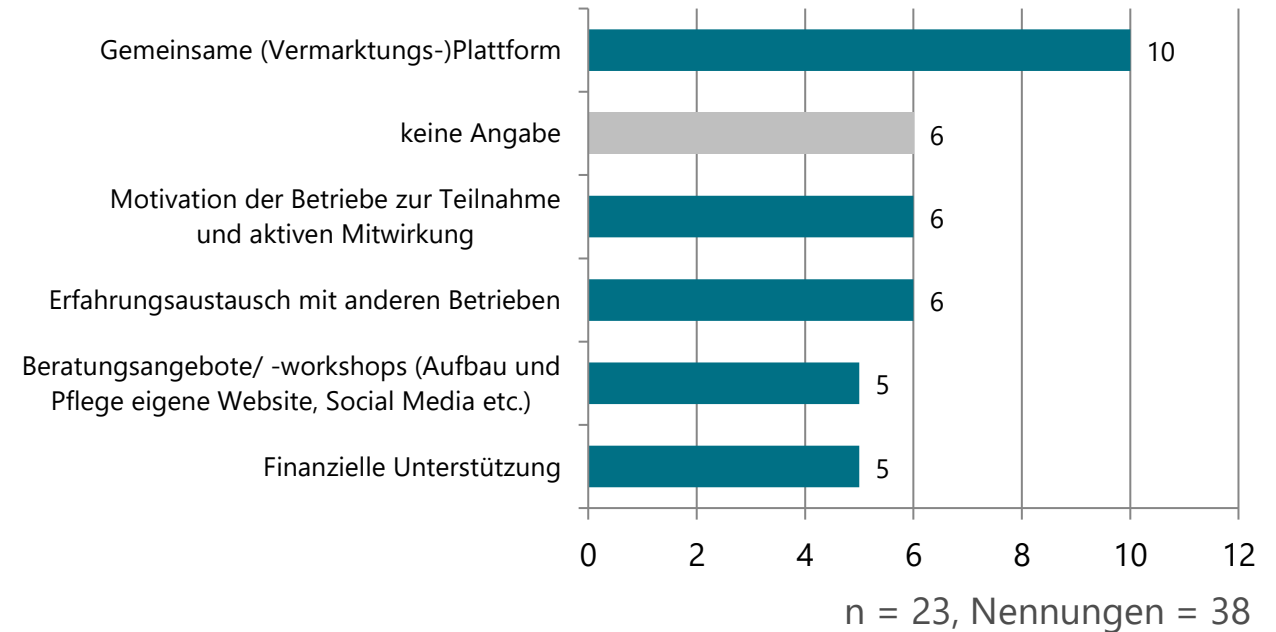
Online-Aktivitäten und Marketing

Wie wichtig wäre es, Online-Aktivitäten zur gemeinsamen Vermarktung des (Einzelhandels-)Standortes Schlangen aufzubauen bzw. zu intensivieren?



Was wäre hilfreich, um die Online-Aktivitäten bzw. die digitale Sichtbarkeit der Betriebe in Schlangen zu stärken?

Mehrfachnennungen möglich

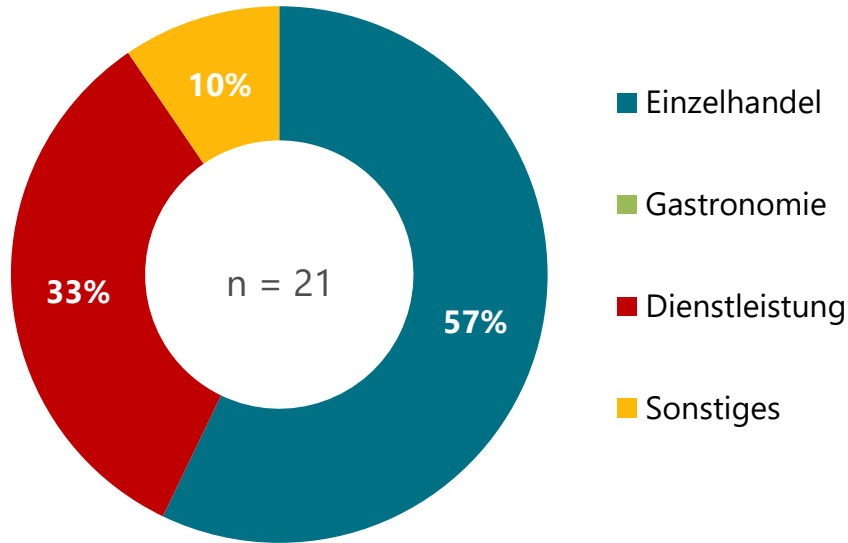


- Zwei Drittel der teilnehmenden Betriebe (rd. 60 %) halten Online-Aktivitäten zur gemeinsamen Vermarktung des (Einzelhandels-)Standortes Schlangen für sehr wichtig bzw. wichtig. Jeder 3. Betrieb (rd. 30) hält dies hingegen für weniger bzw. gar nicht wichtig.
- Die meisten Betriebe halten eine gemeinsame (Vermarktungs-)Plattform als hilfreichste Lösung, um die Online-Aktivitäten bzw. die digitale Sichtbarkeit der Schlangen Betriebe zu stärken.

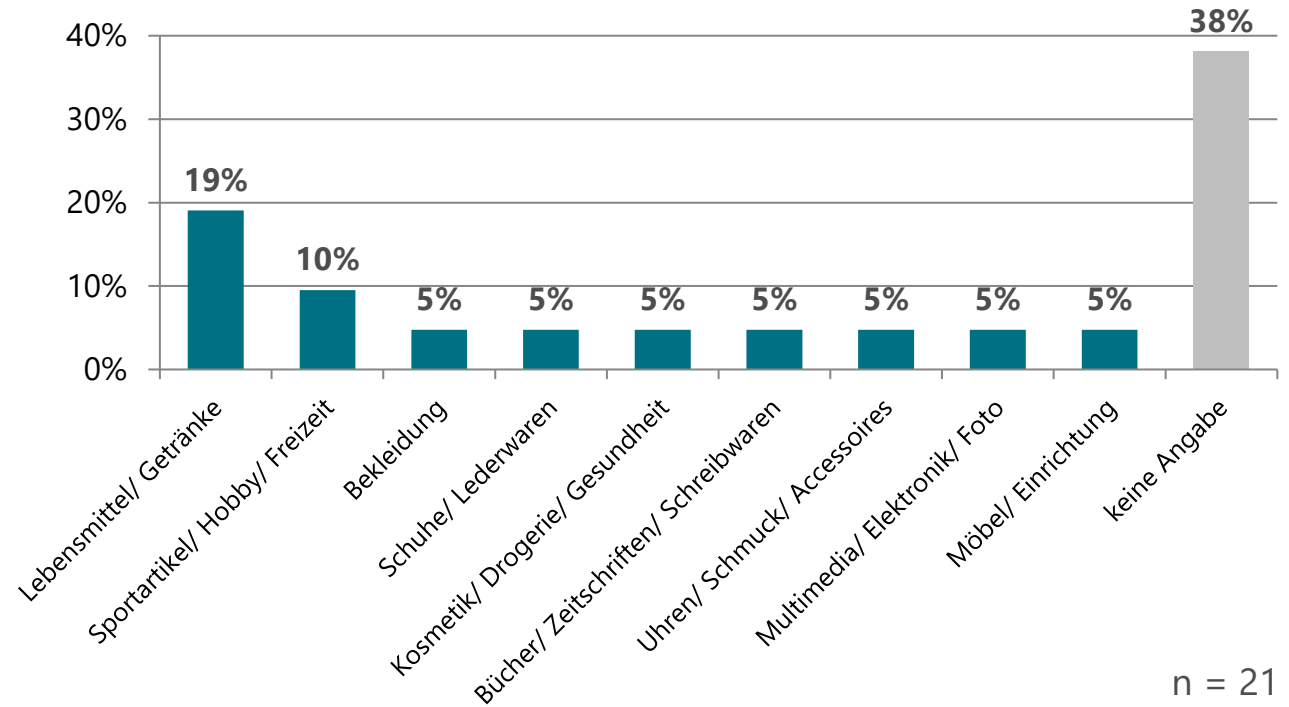
Online-Betriebsbefragung Schlangen

Angaben zum eigenen Unternehmen

Branche Ihres Unternehmens



Was ist das Hauptsortiment Ihres Betriebes?

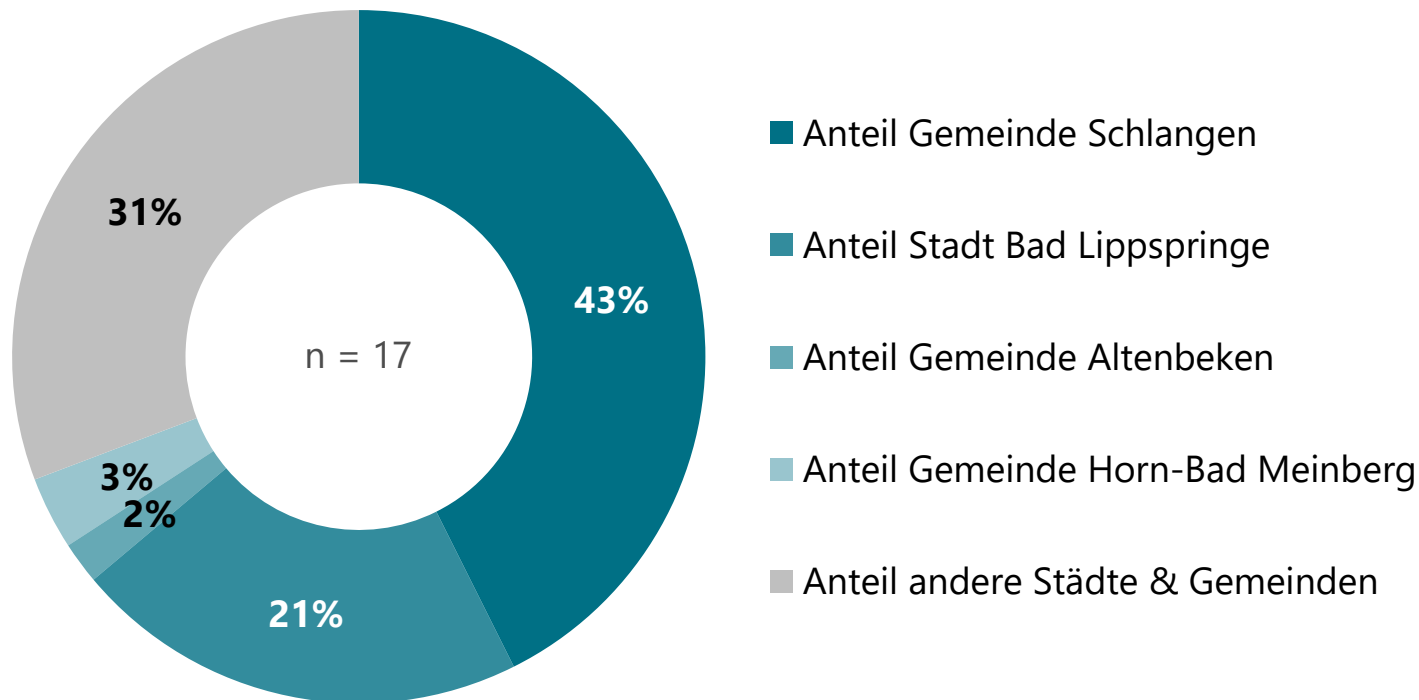


- Über die Hälfte der teilnehmenden Betriebe (rd. 57 %) sind der Einzelhandelsbranche zuzuordnen. Bei jedem dritten Betrieb handelt es sich um ein Dienstleistungsunternehmen. Gastronomische Betriebe haben nicht an der Online-Betriebsbefragung teilgenommen. Sonstige: Großhandel & Landwirtschaft.
- An der Befragung haben Einzelhandelsbetriebe mit unterschiedlichsten Hauptsortimenten teilgenommen. Die meisten Einzelhandelsbetriebe führen Lebensmittel/Getränke im Hauptsortiment.

Online-Betriebsbefragung Schlangen

Angaben zum eigenen Unternehmen

Wie schätzen Sie anteilmäßig die Herkunft Ihrer Kundschaft ein?



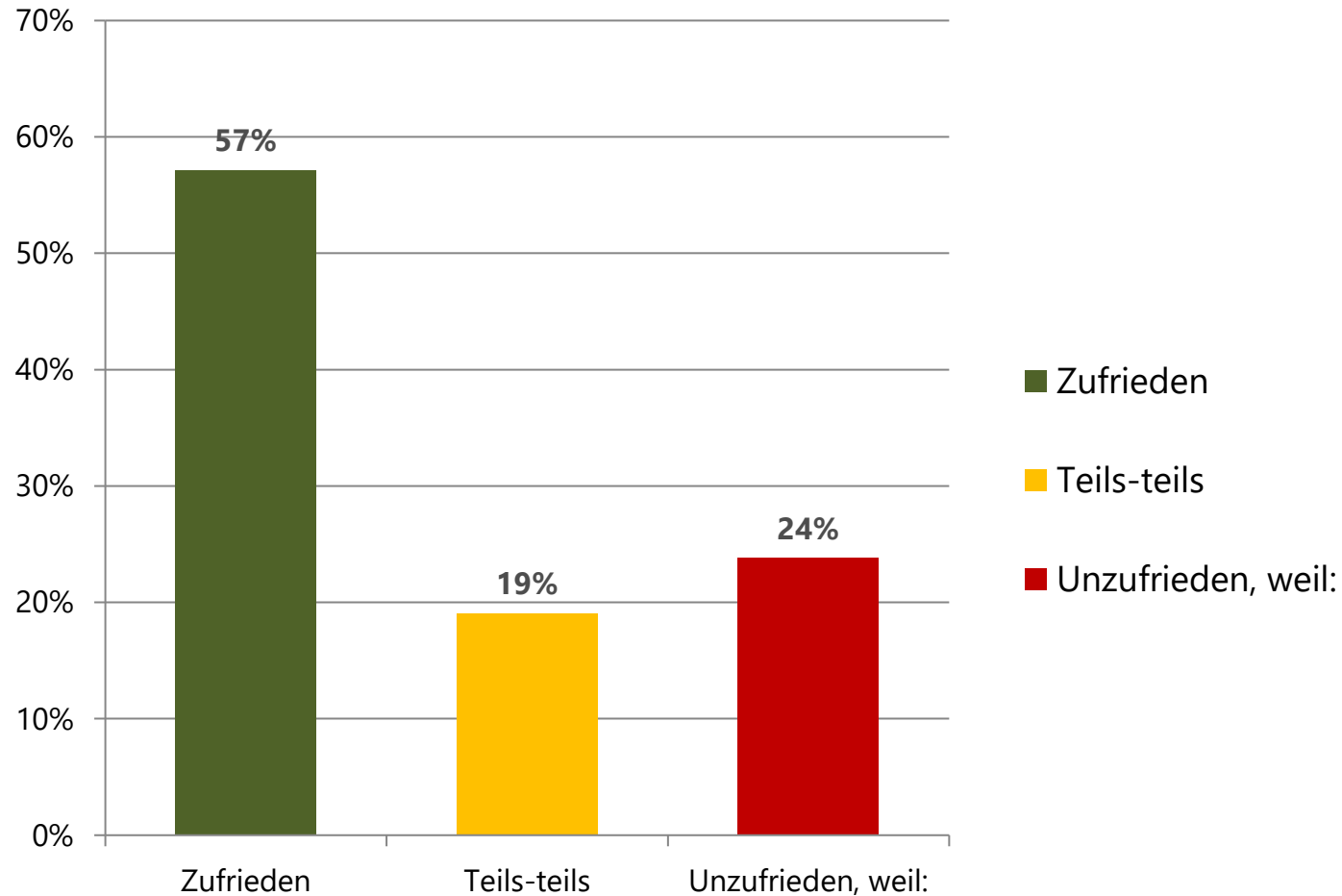
- Die Betriebe schätzen den Anteil der Schlänger Kundschaft im Schnitt auf rd. 43 %.
- Rd. 21 % der Kundschaftsherkunft werden der Stadt Bad Lippspringe zugeordnet.
- Auf die Gemeinden Altenbeken sowie Horn-Bad Meinberg entfallen laut Einschätzung der Betriebe nur sehr geringe Anteile (rd. 2 % bzw. 3 %).

Im Detail unterscheiden sich die geschätzten Herkunftsanteile der teilnehmenden Betriebe z. T. erheblich. Einige Betriebe schätzen den Anteil der Schlänger Kundschaft auf bis zu 80 %. Einige wenige Betriebe haben jedoch auch angegeben, dass 99 % ihrer Kundschaft aus anderen Städten & Gemeinden stammen. Die Kundschaftsherkunft hängt demnach deutlich von der Branche des jeweiligen Unternehmens und den angebotenen Leistungen/ Waren ab. Insbesondere im Bereich der Nahversorgung (v. a. Lebensmittel) weist die Gemeinde eine hohe Kundschaftsbindung der eigenen Bevölkerung vor.

Online-Betriebsbefragung Schlangen

Angaben zum eigenen Unternehmen

Wie zufrieden sind Sie aktuell mit dem Standort Ihres Unternehmens?



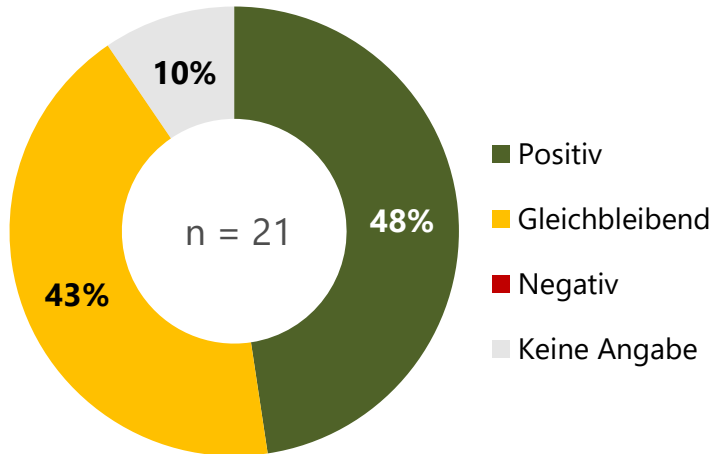
n = 21

- Der überwiegende Großteil der teilnehmenden Betriebe (rd. 57 %) ist mit dem aktuellen Standort des eigenen Unternehmens zufrieden.
- Knapp ein Viertel gibt an, mit dem aktuellen Standort unzufrieden zu sein. Gründe hierfür sind u. a.:
 - „Preis-Leistungs-Verhältnis zu ungünstig“
 - „Keine Laufkundschaft, dadurch zu wenige Neukunden, Kaufkraft der Stammkunden ist gesunken.“
 - „Gewerbesteuer“
 - „Die Frequenz lässt kontinuierlich nach. Wir hätten gerne investiert und evtl. eine Fläche gekauft und nach unseren Vorstellungen renoviert.“

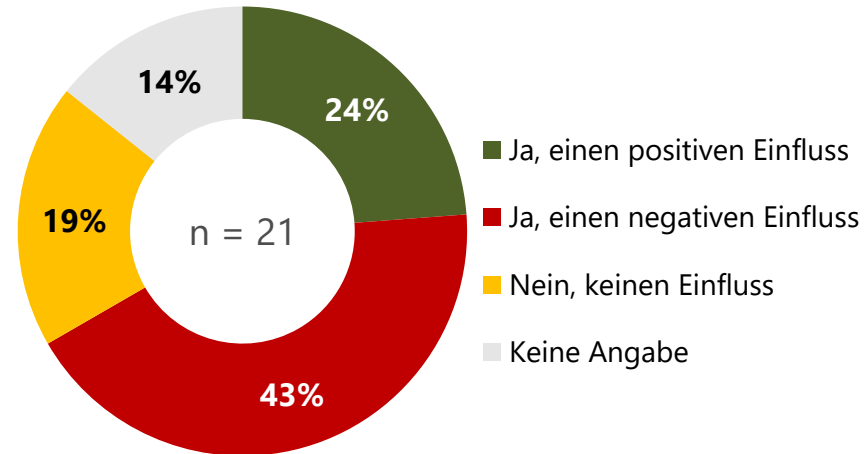
Online-Betriebsbefragung Schlangen

Angaben zum eigenen Unternehmen

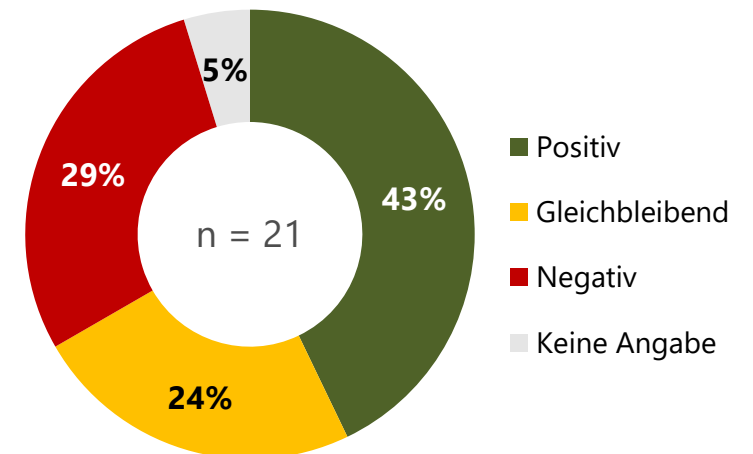
Wie verlief Ihre Umsatzentwicklung vor der Corona-Pandemie?



Hatte die Corona-Pandemie Einfluss auf Ihre Umsatzentwicklung?



Welche Umsatzentwicklung erwarten Sie für das Jahr 2024?



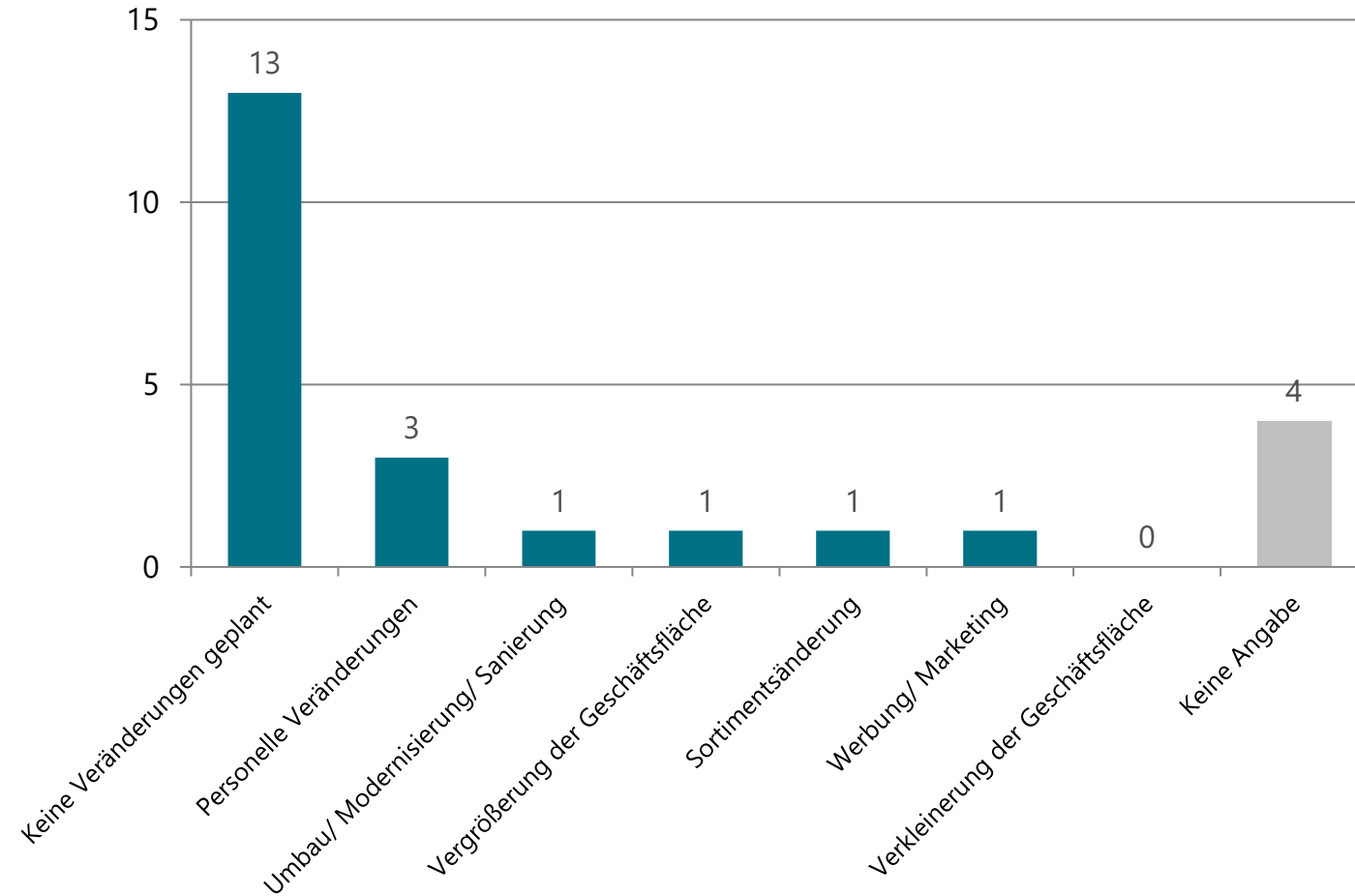
- Vor der Corona-Pandemie verlief die Umsatzentwicklung für rd. 48 % der teilnehmenden Betriebe positiv, für rd. 43 % gleichbleibend. Negative Umsatzentwicklungen hatte keines der teilnehmenden Unternehmen zu verzeichnen.
- Fast die Hälfte der Betriebe (rd. 43 %) hatten Umsatzeinbußen durch die Corona-Pandemie zu verzeichnen. Ein Viertel (rd. 24 %) haben Umsatzzuwächse feststellen können. Jeder fünfte Betrieb hat keine Veränderung festgestellt.
- Für das Jahr 2024 erwarten rd. 67 % der Betriebe eine positive oder zumindest gleichbleibende Umsatzentwicklung. Rd. 30 % gehen hingegen von rückläufigen Umsätzen aus.

Online-Betriebsbefragung Schlangen

Angaben zum eigenen Unternehmen

Planen Sie aktuell Veränderungen in Ihrem Unternehmen?

Mehrfachnennungen möglich.



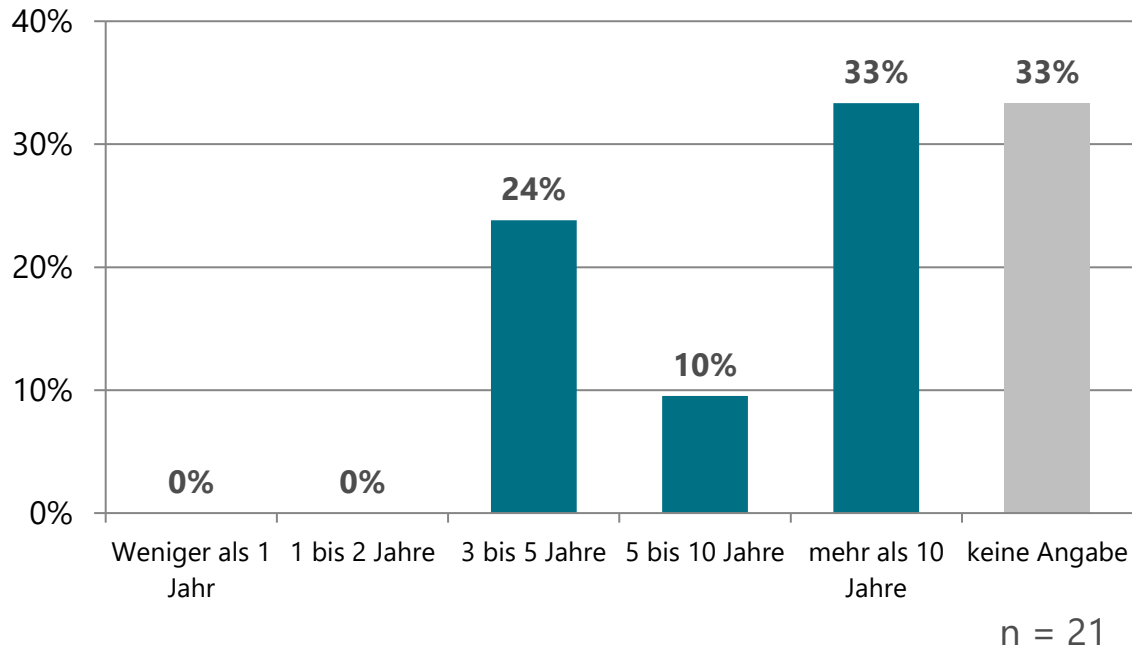
- Der überwiegende Großteil der Betriebe plant derzeit keine gravierenden Veränderungen im eigenen Unternehmen.
- In Einzelfällen sind personelle Veränderungen geplant.
- Zum Teil beziehen sich geplante Maßnahmen auch auf bauliche Veränderungen, Produktanpassungen oder das Thema Marketing.
- Verkleinerungen der Geschäftsfläche plant kein Betrieb.

n = 20, Nennungen = 24

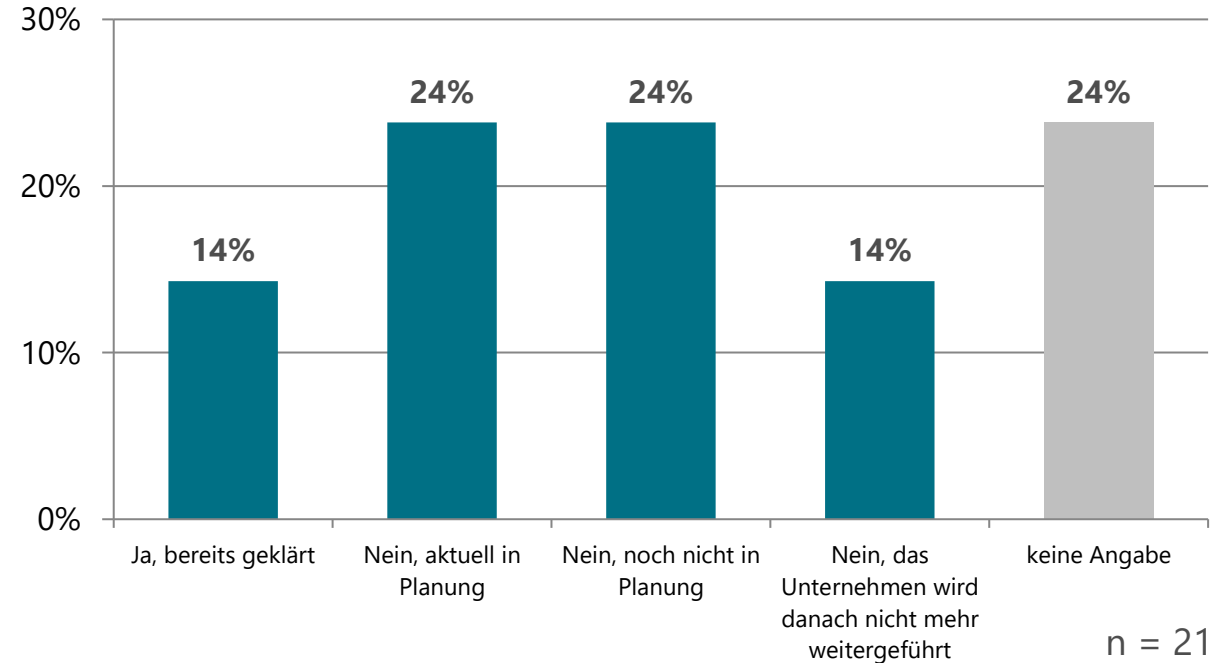
Online-Betriebsbefragung Schlangen

Angaben zum eigenen Unternehmen

Wie lange planen Sie noch das Unternehmen zu führen?



Ist die Unternehmensnachfolge bereits geklärt?



- Die teilnehmenden Betriebe wollen ihre Unternehmen durchweg mind. noch 3 Jahre führen. Kurzfristige Betriebsauf- oder übergaben sind demnach nicht absehbar. Ein Drittel plant eine Weiterführung von mind. 10 Jahren.
- Einige Unternehmen haben sich bereits mit einer etwaigen Unternehmensnachfolge beschäftigt bzw. planen diese aktuell. Bei den Unternehmen, die sich mit dieser Frage noch nicht beschäftigen, begründet sich dies mit der langfristigen eigenen Weiterführung. Rd. 14 % geben an, dass das Unternehmen nach Ausscheiden der Geschäftsführung nicht weitergeführt wird.

Online-Betriebsbefragung Schlangen

Angaben zum eigenen Unternehmen

Möchten Sie uns abschließend noch etwas mitteilen?

- *„Die Gewerbesteuer muss abgesenkt werden auf den Hebesatz, der bei der Einkommenssteuer komplett anrechenbar ist.“*
- *„Die Gemeinde sollte 7-stellige Summen in die Hand nehmen, um den historischen Gasthof Ostmann und das schöne Ortsbild im Ortskern zu erhalten.“*

Der (Einzelhandels-)Standort Schlangen

- Die größte Zufriedenheit der befragten Unternehmen bezieht sich auf die Erreichbarkeit des eigenen Betriebes für Mitarbeitende und die Kundschaft. Rd. 50 % der Betriebe sind unzufrieden bzw. sehr unzufrieden mit der Unterstützung der ansässigen Betriebe durch die Gemeinde Schlangen.
- Ein Großteil der Betriebe vermisst spezielle Geschäfte, Sortimente oder Dienstleistungen, die zur Attraktivierung des Standortes/ des Angebotes beitragen könnten. In erster Linie wurden genannt: u. a. Schuhgeschäft, Drogeriemarkt sowie eine vielfältigere Gastronomie.
- Allg. wünschen sich die teilnehmenden Betriebe eine Anpassung der Gewerbesteuer auf ein Niveau (gleich bzw. geringer) ähnlich der Städte Bad Lippspringe und Paderborn.

Ortszentrum Schlangen

- Die besten Noten für das Ortszentrum werden von den Betrieben für das Pkw-Parkplatzangebot sowie die Qualität des ansässigen Einzelhandelsangebotes vergeben.
- Vergleichsweise schlechter bewertet wird das Freizeit- und Kulturangebot im Ortszentrum sowie das Gastronomieangebot.
- Zur Erreichung des Ortszentrum lassen sich von Seiten der Betriebe etwaige Optimierungspotenziale für den ÖPNV erkennen.

Online-Aktivitäten und Marketing

- Zwei Drittel der teilnehmenden Betriebe halten Online-Aktivitäten zur gemeinsamen Vermarktung des (Einzelhandels-)Standortes Schlangen für sehr wichtig bzw. wichtig.
- Die meisten Betriebe halten eine gemeinsame (Vermarktungs-)Plattform als hilfreichste Lösung, um die Online-Aktivitäten bzw. die digitale Sichtbarkeit der Schlangen Betriebe zu stärken.

Angaben zum eigenen Unternehmen

- Die teilnehmenden Betriebe wollen ihre Unternehmen durchweg mind. noch 3 Jahre führen. Kurzfristige Betriebsauf- oder -übergaben sind demnach nicht absehbar. Ein Drittel plant eine Weiterführung von mind. 10 Jahren.
- Fast die Hälfte der Betriebe hatten Umsatzeinbußen durch die Corona-Pandemie zu verzeichnen. Ein Viertel haben hingegen Umsatzzuwächse feststellen können. Für das Jahr 2024 erwarten rd. 67 % der Betriebe eine positive oder zumindest gleichbleibende Umsatzentwicklung. Rd. 30 % gehen von rückläufigen Umsätzen aus.
- Die Auswirkungen der Corona-Pandemie – v. a. im Hinblick auf sich ändernde Kundchaftsverhalten und Nachfragetrends – werden die Betriebe auch zukünftig vor Herausforderungen stellen, an die es sich anzupassen gilt.

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Die auftraggebende Stelle kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb ihrer Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der cima als Urheberin zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber der auftraggebenden Stelle im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.