

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Befragung der Gewerbetreibenden der Stadt Radeberg

Auftraggeber:

Stadtverwaltung Radeberg
Markt 17-19
01454 Radeberg

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtverantwortung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon: +49 361 77 80 660

Fax: +49 361 77 80 612

E-Mail: vlcek@bbe.de

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung / Methodik der Befragung / Branchenherkunft der befragten Gewerbetreibenden	3
2. Ergebnisse der Befragung	5
2.1. Marktgebiet/Umsatzherkunft.....	5
2.2. Situation, Stabilität und Weiterentwicklung der lokalen Gewerbetreibenden	7
2.3. Online-Aktivitäten der Innenstadthändler	10
2.4. Chancen und Risiken der Innenstadtentwicklung	13
3. Zusammenfassung.....	17

1. Einführung / Methodik der Befragung / Branchenherkunft der befragten Gewerbetreibenden

Die BBE Handelsberatung hat im Rahmen der Fortschreibung des Radeberger Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes eine **Befragung der örtlichen Gewerbetreibenden**¹ durchgeführt. Hierdurch können einerseits die Aussagen der Einzelhandelskonzeption verifiziert werden, andererseits können auch wertvolle Anregungen und Meinungen gewonnen werden, welche Möglichkeiten zur Attraktivitätsverbesserung seitens der lokalen Gewerbetreibenden gesehen werden oder wie sich die betriebliche Situation der Unternehmen darstellt.

Die Erhebung wurde im Rahmen einer **Online-Befragung** durchgeführt, in welcher die interviewten Personen einen Fragenkatalog – vorab mit dem Auftraggeber abgestimmt – beantwortet haben. Die Feldzeit war vom 01.09. bis zum 24.09.2023. Insgesamt wurde die Befragung von 79 Personen aufgerufen; es wurden **50 Rückläufe**² registriert, die Abschlussrate lag folglich bei 70 %.

Bei der Frage nach der **Gewerbezugehörigkeit** überwiegen Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe, der Einzelhandel nimmt einen Anteil von 24 % der befragten Unternehmen ein. Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass in Radeberg mehr einzelhandelsfremde Betriebe vertreten sind, kann von einer guten Durchmischung der befragten Firmen ausgegangen werden.

Abbildung 1: Branchenzugehörigkeit der befragten Unternehmen



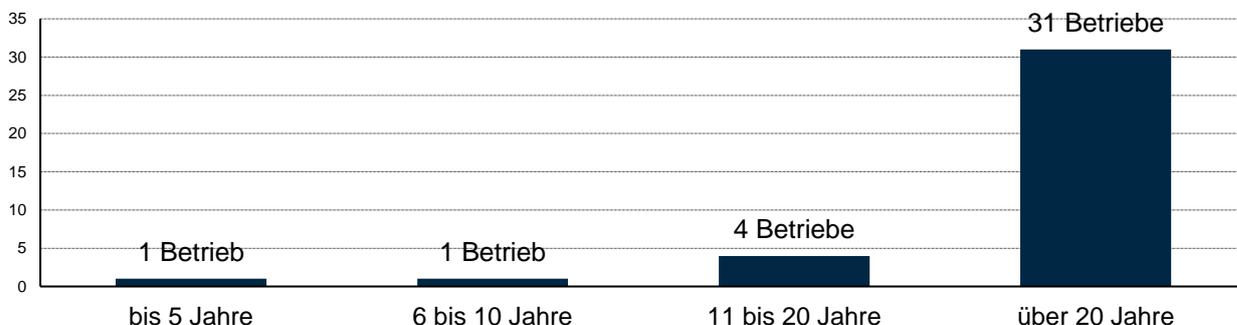
Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

Die Handelsbetriebe, die eine Angabe zu ihrem Sortiment gemacht haben, sind sechs verschiedenen Branchen zugehörig. Bei der Frage nach der **Betriebsform** haben zehn Unternehmer angegeben, jeweils ein Fachgeschäft (ohne Filiale) zu betreiben; außerdem ist ein Befragter ein Filialist eines bundesweit agierenden Handelsunternehmens.

1 Hierbei handelt es sich neben Einzelhandelsunternehmen auch um konsumnahe Dienstleistungsanbieter (z.B. Bank, Versicherungsbüro, Reisebüro, Reinigung, Schlüsseldienst, Schneiderei, Friseur, Büronutzungen) und Gastronomen.
 2 Da nicht alle Fragen von den interviewten Personen beantwortet wurden, liegt die Zahl der Nennungen bei den einzelnen Fragen unterschiedlich hoch und weicht von der Gesamtzahl der befragten Unternehmen (50) ab.

Mit Blick auf das **Betriebsalter** haben überwiegend langjährig angestammte Gewerbebetriebe geantwortet, da 84 % der Unternehmen ein Alter von über zehn Jahren angegeben haben. Demnach scheint der Radeberger Gewerbebesatz tendenziell durch traditionelle bzw. alteingesessene Betriebe geprägt zu sein.

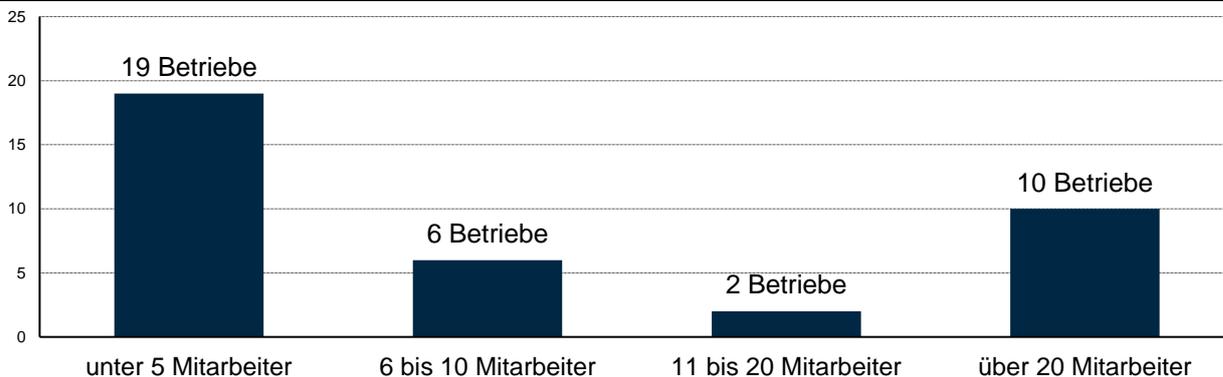
Abbildung 2: Betriebsalter der befragten Unternehmen (n=37)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

Die befragten Betriebe sind überwiegend als Kleinunternehmen einzustufen, da knapp über die Hälfte eine **Mitarbeiteranzahl** von unter 5 Personen angegeben hat. Zehn Betriebe haben jedoch auch mehr als 20 Beschäftigte und sind als größere mittelständische Unternehmen einzustufen.

Abbildung 3: Anzahl der Beschäftigten der befragten Unternehmen (n=37)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

Letztlich wurde noch der **Standort** des jeweiligen Unternehmens abgefragt. Hier ist eine fast adäquate Verteilung zwischen Betrieben in der Radeberger Innenstadt und außerhalb der Innenstadt zu beobachten. Folglich werden die Bewertungen sowohl aus Sicht eines innerstädtischen Gewerbetreibenden als auch eines Betriebes außerhalb dieses Bereiches erbracht.

Abbildung 4: Lagekategorie der befragten Betriebe (n=37)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

2. Ergebnisse der Befragung

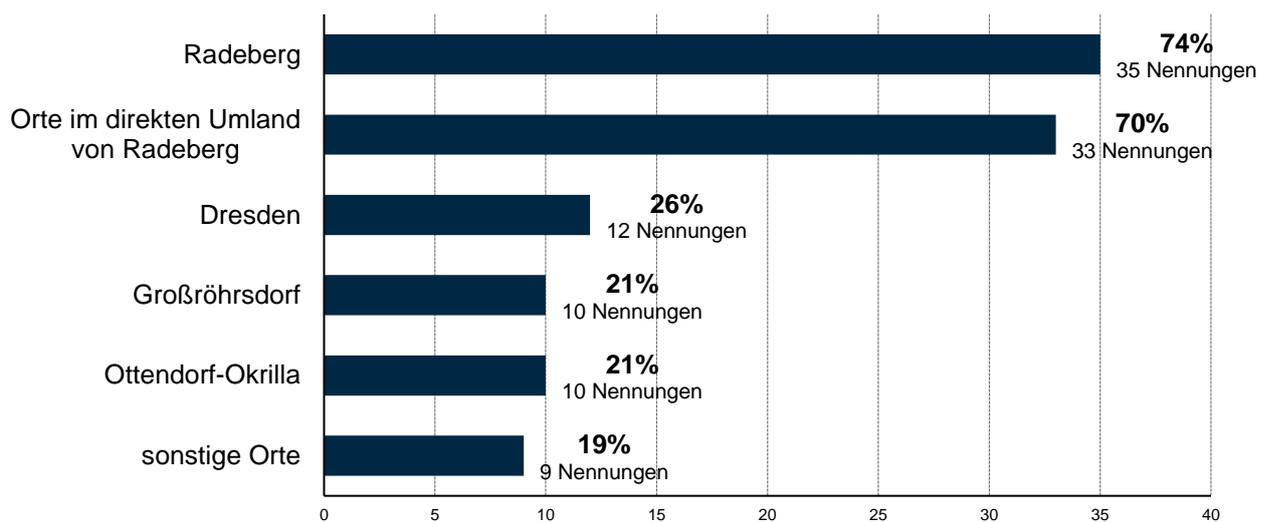
2.1. Marktgebiet/Umsatzherkunft

Die erste Frage nach dem **Marktgebiet der Unternehmen** dient auch der Verifizierung des im Einzelhandelskonzept definierten Einzugsgebiets des Radeberger Handels. Der Großteil der Kundschaft stammt naturgemäß aus der Stadt Radeberg selbst; starke Einkaufsverflechtungen bestehen auch in direkt um Radeberg liegende Gemeinden.

Mit deutlicher Abstufung zeigen sich Kundenverflechtungen in die Landeshauptstadt Dresden, wobei hier allenfalls Verbraucher aus einzelnen dezentralen Ortsteilen – in räumlicher Nähe zu Radeberg – angesprochen sein dürften. Ferner sind auch geringer intensive Kundenbeziehungen aus den Orten Großröhrsdorf und Ottendorf-Okrilla zu verzeichnen.

Bei der Nennung der sonstigen Orte wurden keine konkreten Städte bzw. Regionen angegeben. Die befragten Unternehmen bedienen auch überregionale Kunden aus dem sächsischen Raum, teilweise auch darüber hinaus. Hierbei handelt es sich jedoch um sog. Streukunden.

Abbildung 5: Wo kommen Ihre Kunden überwiegend her? (n=47)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023 (Mehrfachnennungen möglich)

Mit Blick auf die **Bedeutung des Tourismus** für die Gewerbetreibenden sind die Umsätze mit dieser Personengruppe relevant, welche die lokale Einzelhandelsnachfrage verbreitert. Etwas mehr als ein Viertel der ortsansässigen Unternehmen erzielt Umsätze mit Touristen, hiervon sechs Handelsbetriebe, ein relativ geringer Anteil

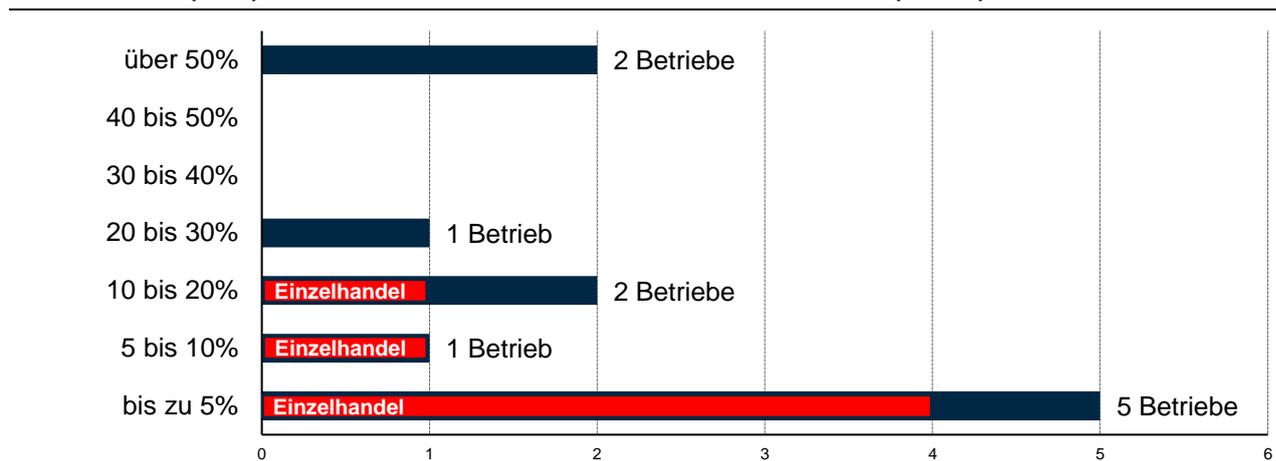
Abbildung 6: Anzahl der Betriebe, die Umsätze mit Touristen tätigt (n = 43)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

Von den befragten Unternehmen mit Erlösen aus dem Fremdenverkehr erzielt knapp über die Hälfte einen Umsatzanteil von maximal 10 % mit Touristen. Zwei weitere Betriebe erreichen einen Umsatzanteil zwischen 20 bis 30 %, lediglich zwei Unternehmen generieren über die Hälfte ihrer Erlöse aus dem Fremdenverkehr. Folglich profitiert nur ein geringer Teil der lokalen Betriebe signifikant von dem Tourismusaufkommen in Radeberg.³

Abbildung 7: Sofern Ihr Betrieb Umsätze mit Touristen tätigt, bitte schätzen Sie den Umsatzanteil (in %) mit Touristen am Gesamtumsatz Ihrer Firma ein! (n = 11)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

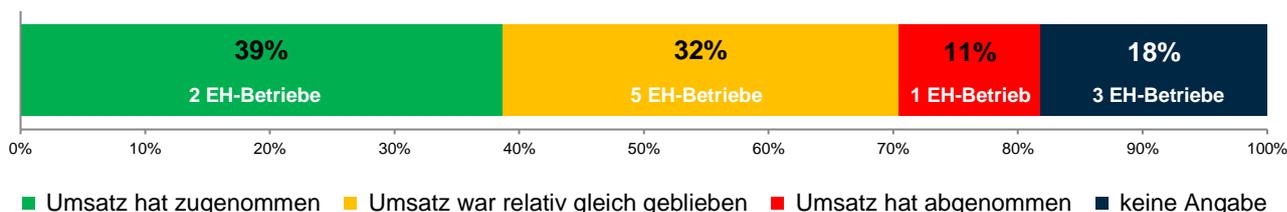
Im Rahmen einer Kreuzauswertung wurden die Handelsbetriebe herausgefiltert, die Erlöse mit Touristen erzielen. Hierbei gaben fünf Einzelhändler einen Umsatzanteil mit Touristen von bis zu 10 % an, lediglich ein Betrieb schätzt die Erlöse auf rd. 20 %. Bei diesen Betrieben handelt es sich ausnahmslos um innerstädtische Fachgeschäfte, die – wenn auch nur im geringen Maße – von einem stabilen Tourismusaufkommen profitieren. Zusammengefasst spielt jedoch der Fremdenverkehr für die Radeberger Gewerbetreibenden eine eher untergeordnete Rolle, da nur ein geringer Teil der Erlöse mit ortsfremden Personen getätigt wird.

³ Im Jahr 2022 waren in Radeberg 28.820 Übernachtungen zu verzeichnen.
Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Tourismus: Einrichtungen, Betten, Auslastung, Ankünfte, Übernachtungen, Aufenthaltsdauer – Gemeinden, 2022.

2.2. Situation, Stabilität und Weiterentwicklung der lokalen Gewerbetreibenden

Zur Bewertung der Ertragskraft bzw. der **Stabilität der örtlichen Gewerbebetriebe** wurde gefragt, wie die Unternehmer ihre Umsatzentwicklung in den letzten fünf Jahren einschätzen. Ein großer Teil der Befragten (39 %) berichtet von gestiegenen Erlösen. Nur ein geringer Teil (11 %) gab einen rückläufigen Umsatz an, was – auch unter Berücksichtigung der Geschäftsschließungen und der Kaufzurückhaltung während der Corona-Pandemie – als positives Signal für die Stabilität der lokalen Gewerbetreibenden zu werten ist.

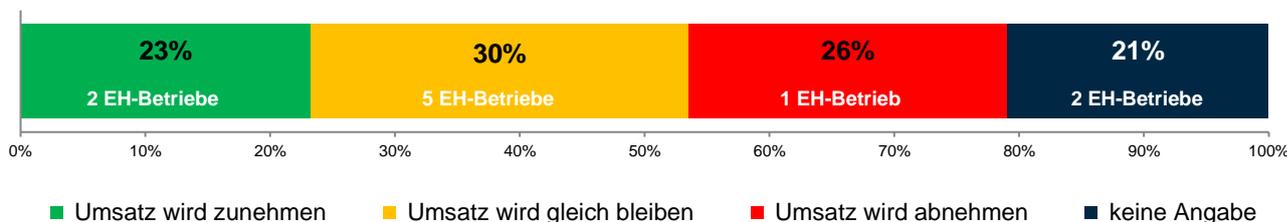
Abbildung 8: Wie haben sich die Umsätze in den letzten 5 Jahren in Ihrem Betrieb tendenziell entwickelt? (n=44)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

Für die nächsten Jahre gehen die befragten Unternehmen nur teilweise von einer optimistischen Prognose aus, da lediglich 23 % einen steigenden bzw. 30 % zumindest einen gleichbleibenden Umsatz erwarten. Die aktuelle konjunkturelle Unsicherheit wird nicht nur in der Erwartung von rückläufigen Erlösen (26 %) der Firmen sichtbar, sondern auch in einer schwierigen Einschätzung der weiteren Ertragslage; 21 % der Befragten machten keine Angaben zu einer Umsatzprognose.

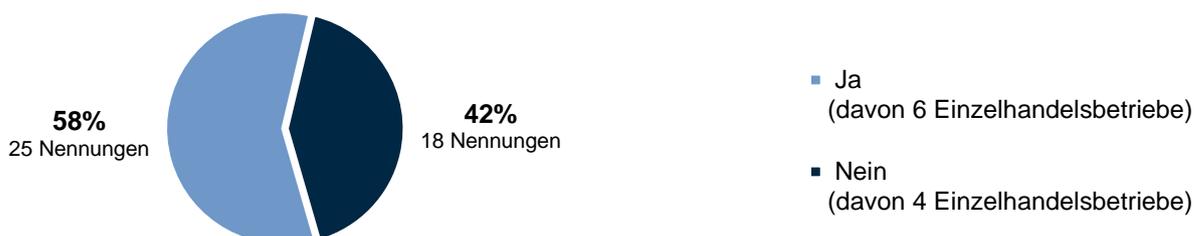
Abbildung 9: Was schätzen Sie, wie werden sich die Umsätze in den nächsten 5 Jahren in Ihrem Betrieb entwickeln? (n=43)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

Die Angabe zu geplanten **Investitionen** kann Aufschluss für mögliche Innovationen und auch einer Attraktivitätsverbesserung der lokalen Gewerbebetriebe geben. Insgesamt haben 25 Unternehmen und somit die Mehrheit angegeben, in den nächsten Jahren weitere Investitionen in ihren jeweiligen Betrieb zu tätigen. Demnach ist auch von einer weiteren Stabilisierung des Gewerbebesatzes in Radeberg auszugehen.

Abbildung 10: Planen Sie in den nächsten Jahren Investitionen in Ihrem Betrieb? (n=43)



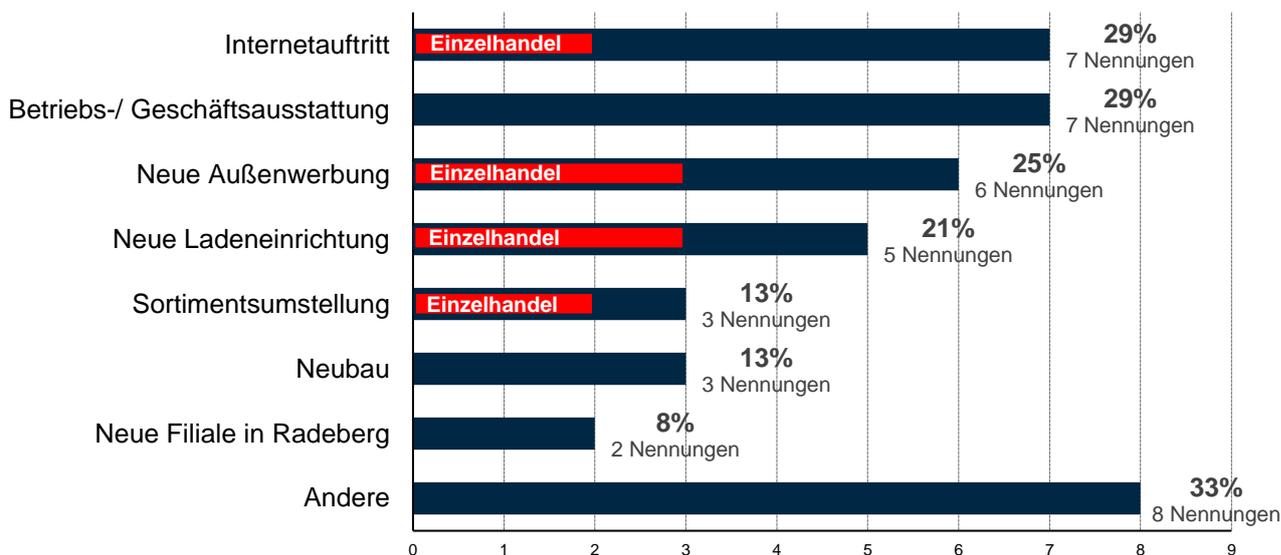
Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

Der Großteil der Unternehmen hat Investitionen in den Internetauftritt angekündigt, was zu einer Zukunftssicherung und einer gewissen Resilienz gegenüber Umsatzenschwankungen im stationären Geschäft führen wird. Ferner sind Investitionen in die Betriebs- und Geschäftsausstattung angedacht, was ebenso wie eine neue Außenwerbung bzw. die Modernisierung der Ladeneinrichtung zu einer Attraktivierung des optischen Marktauftritts der örtlichen Gewerbetreibenden führen wird.

Neben einer Sortimentsumstellung und einem Neubau von Gewerberäumen planen auch zwei Betriebe die Errichtung einer Filiale, so dass sich – sofern diese neuen Betriebe in der Radeberger Innenstadt liegen – eine Nachfrage nach Ladenflächen zeigt und auch u.U. die Revitalisierung eines innerstädtischen Leerstandes erfolgen könnte.

Bei den investitionsbereiten Unternehmen hat sich im Rahmen einer Kreuzauswertung gezeigt, dass sechs Handelsunternehmen jeweils Investitionen planen. Bei zwölf teilnehmenden Handelsbetrieben (vgl. Abb. 1) wird somit die Hälfte der befragten Unternehmen weiter in ihren Betrieb investieren. Zusammengefasst zeigt sich über alle Branchen hinweg eine rege Investitionsplanung.

Abbildung 11: Welche Investitionen planen Sie? (n=24)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023 (Mehrfachnennungen möglich)

Für die Sicherung der Einzelhandelsdichte in der Radeberger Innenstadt bzw. auch der Angebotsdichte allgemein ist speziell die **Aufrechterhaltung des Geschäftsbesatzes** und die Vielfalt der lokalen Gewerbebetriebe von wesentlicher Bedeutung. Gemäß der retournierten Antworten planen 15 % der Betriebe – 6 Unternehmen in jeweils unterschiedlichen Branchen – die Schließung ihrer Firma, was zu einer Einschränkung der Angebotsvielfalt und zu einem Attraktivitätsrückgang des Gewerbebesatzes führen kann.

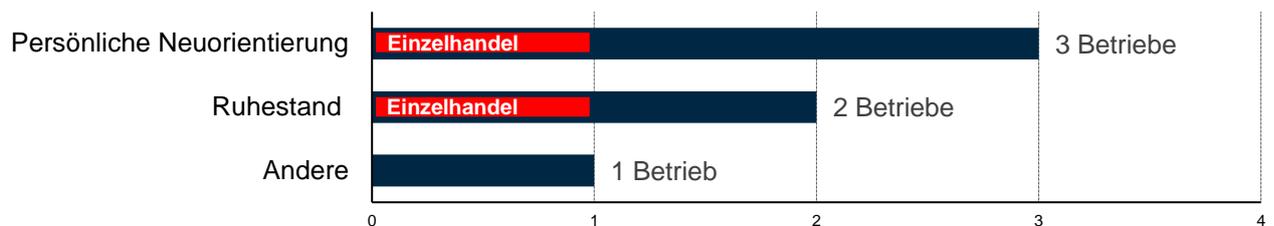
Abbildung 12: Planen Sie in den nächsten 5 Jahren eine Aufgabe Ihres Betriebs? (n=40)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

Unter Berücksichtigung der sechs Nennungen zu einer möglichen Geschäftsaufgabe zeigt sich als wichtigster Grund die Neuorientierung des jeweiligen Inhabers bzw. auch der Ruhestand. Mit Blick auf den Einzelhandel ist die Geschäftsaufgabe von zwei innerstädtischen Betrieben angedacht, so dass mit einer Abnahme der Angebotsvielfalt im Radeberger Zentrum zu rechnen ist.

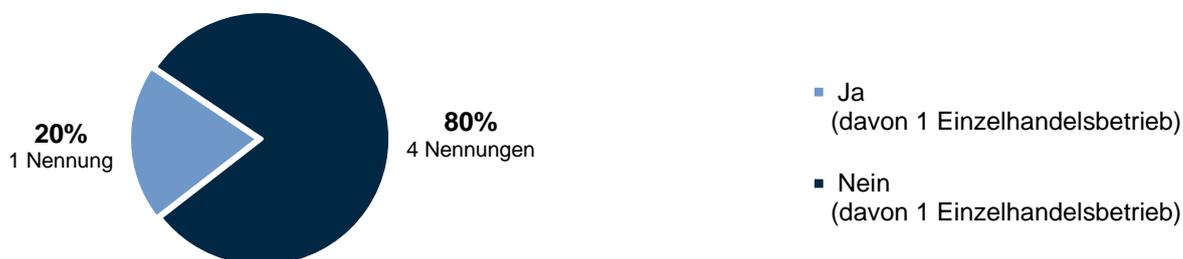
Abbildung 13: Aus welchem Grund planen Sie eine Geschäftsaufgabe? (n=6)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

Für die weitere Entwicklung der Einzelhandels- bzw. Gewerbedichte ist von Relevanz, ob für die dann geschlossenen Betriebe eine Übernahme geplant ist bzw. ein Nachfolger zur Verfügung steht. Für den überwiegenden Teil der zu schließenden Betriebe ist aktuell noch keine Nachfolgeregelung in Sicht, so dass perspektivisch mit einem Leerstand des jeweiligen Gewerberaums zu rechnen wäre. Für einen innerstädtischen Einzelhandelsbetrieb ist jedoch eine Nachfolgeregelung geplant.

Abbildung 14: Haben Sie einen Nachfolger bzw. planen Sie die geregelte Übernahme Ihres Betriebes? (n=5)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

2.3. Online-Aktivitäten der Innenstadt Händler

In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass Gewerbebetriebe von einer **Online-Präsenz** in der digitalen Welt profitieren können. Einerseits nimmt die Bedeutung des Online-Handels kontinuierlich zu und gerade junge Verbraucher nutzen verstärkt das Internet, um Produkte online zu kaufen; wobei nicht nur der Online-Warenverkauf eine Rolle spielt, sondern sich oft auch Verbraucher vor einem Kauf in einem stationären Ladengeschäft oder einem Vertragsabschluss im Internet informieren. Ferner hat auch das Social Media Marketing für Gewerbetreibende stark an Bedeutung gewonnen und ein qualifizierter Internetauftritt ist für einen stationären Betrieb von Bedeutung.

Abbildung 15: Haben Sie einen eigenen Internetauftritt? (n=40)

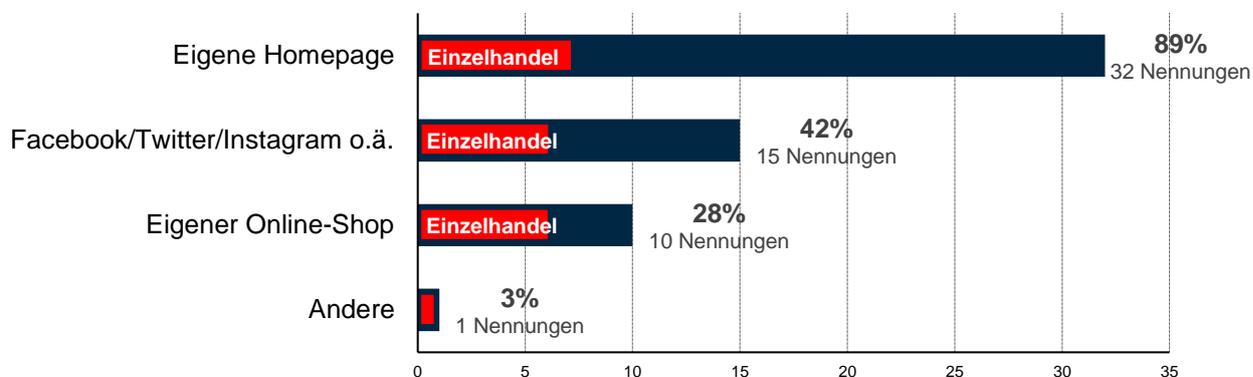


Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

Bei den befragten Unternehmen zeigt sich ein hoher Anteil der Betriebe, die über einen Internetauftritt verfügen. Die vier Gewerbetreibenden, die noch nicht im Internet vertreten sind, planen auf weitere Nachfrage⁴ eine entsprechende Online-Präsenz. Zusammengefasst verfügt der Großteil der Radeberger Gewerbetreibenden – ebenso auch die ortsansässigen Einzelhändler – über einen eigenen Internetauftritt und scheinen mit dem Thema Digitalisierung vertraut.

Laut der folgenden Abbildung dominieren bei den Gewerbetreibenden drei **Varianten des Online-Auftritts**. Insgesamt gaben 89 % an, eine eigene Website/Homepage zu betreiben; weiterhin besitzen 42 % der Befragten ein Social-Media-Profil. Weniger genutzt werden hingegen kostenintensivere Maßnahmen wie der Vertrieb über einen eigenen Online-Shop, wenngleich 28 % und somit ein nicht unwesentlicher Teil der befragten Unternehmer über einen derartigen Vertriebskanal verfügt.

Abbildung 16: Welchen Internetauftritt haben Sie? (n=36)

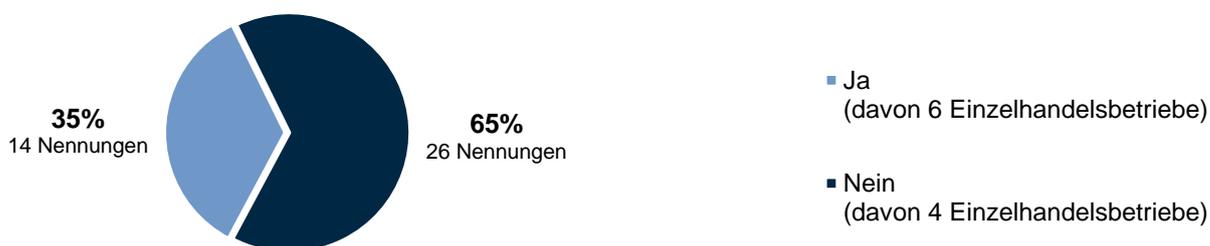


Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023 (Mehrfachnennungen möglich)

4 Die Folgefrage bei einer Verneinung eines Internetauftritts lautete: „Planen Sie einen eigenen Internetauftritt?“.

Jeweils etwa die Hälfte der Radeberger Händler (12 Unternehmen) hat angegeben, über eine eigene Homepage (7x), ein Social-Media-Profil (6x) bzw. einen eigenen Internetshop (6x) zu verfügen. Es wird deutlich, dass der Themenbereich Digitalisierung durch die lokalen Händler erkannt ist und bereits auch genutzt wird. Für Ladenbesitzer, zum Teil auch für andere Gewerbetreibende zeigt sich zunehmend die Tendenz, neben dem stationären Geschäft einen **Online-Vertrieb** als weiteren Absatzkanal zu nutzen; beispielsweise kann ein Online-Shop auch als zweites Standbein fungieren. Es hat sich der Trend zur Verschmelzung von Offline- und Online-Handel herausgebildet, ein Online-Vertrieb kann daher für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des lokalen Handels wichtig sein.

Abbildung 17: Nutzen Sie neben Ihrem stationären Betrieb auch Online-Vertriebskanäle, um Ihre Waren oder Dienstleistungen zu verkaufen? (n = 40)

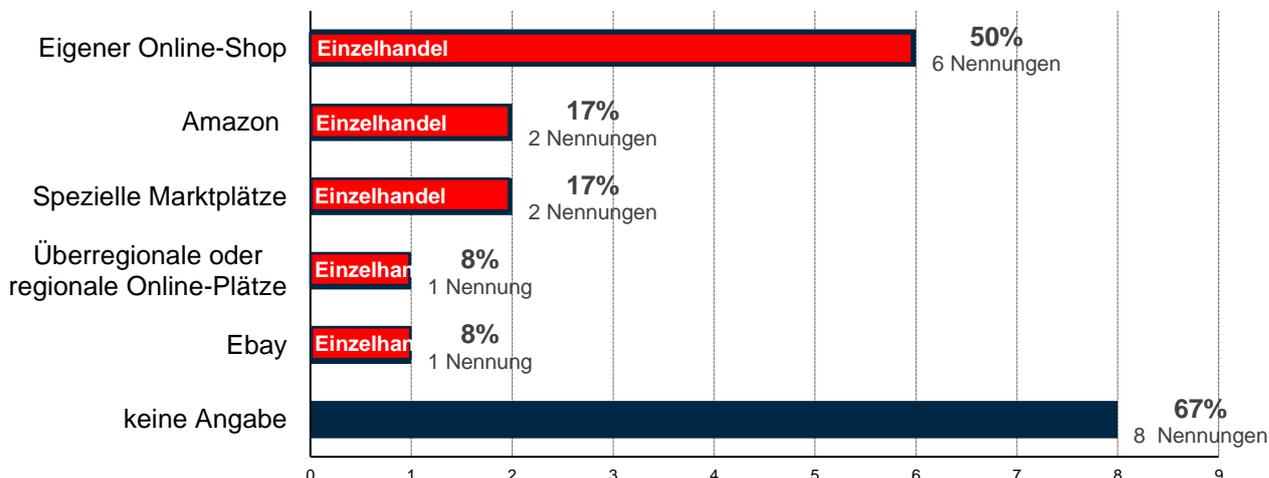


Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

Aktuell nutzen bereits 35 % der befragten Gewerbetreibenden einen Online-Vertrieb, hierunter befinden sich sechs Handelsbetriebe. Der hohe Anteil der Gewerbetreibenden, der das Fehlen eines Internetshops angegeben hat, ist mit Blick auf seine Waren – hierbei handelt es sich überwiegend um Dienstleistungen oder Gastronomie – als üblich einzustufen.

Neben dem eigenen Online-Shop – den 50 % der 12 Firmen mit einem Online-Vertrieb nutzen – zeigen sich mit einer deutlichen Abstufung auch Amazon und spezielle Marktplätze als ein weiterer **Vertriebskanal**. Sonstige Online-Plätze spielen laut Angabe der Gewerbetreibenden nur eine untergeordnete Rolle. Unter Berücksichtigung der erbrachten Angaben beziehen sich die Aktivitäten des Online-Verkaufs vor allem auf die Radeberger Handelsbetriebe; die sonstigen Gewerbetreibenden hatten keine konkreten Angaben hierzu gemacht.

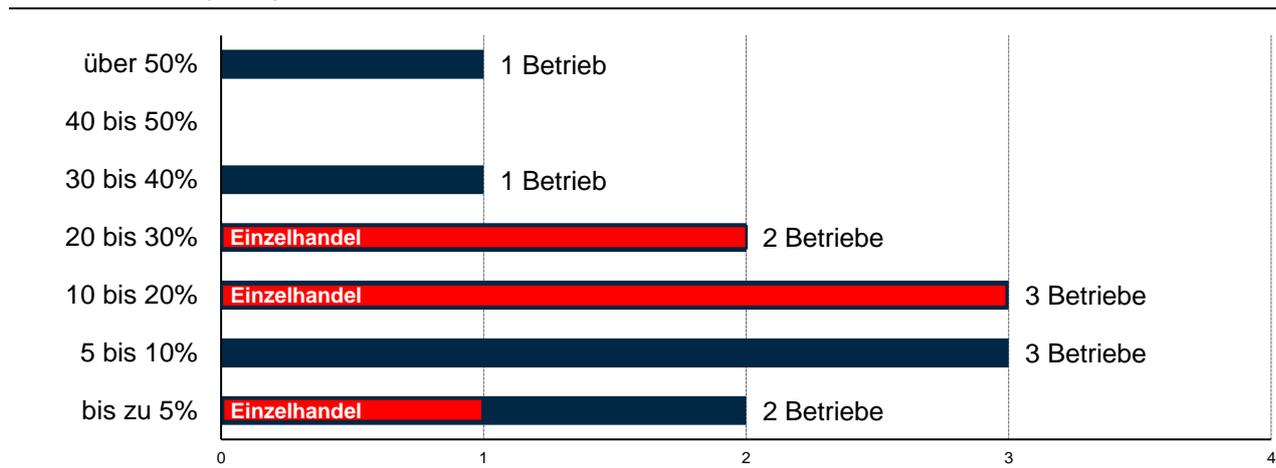
Abbildung 18: Welche Vertriebskanäle nutzen Sie? (n=12)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023 (Mehrfachnennungen möglich)

Für die **erlösseitige Bedeutung des Online-Handels** für die Gewerbetreibenden sind die Umsätze aus diesem Vertriebskanal interessant. Von den insgesamt zwölf retournierten Antworten erreichen 42 % der Betriebe einen Umsatzanteil von bis zu 10 %. Somit spielt der Internethandel zwar eine untergeordnete Rolle, trägt jedoch zu einem gewissen Umsatzstamm des jeweiligen Betriebes bei. Einen höheren Umsatzanteil von 10 bis zu 40 % gaben sechs Unternehmen an, ein weiteres Unternehmen generiert mit rd. 90 % fast seinen gesamten Umsatz aus dem Online-Handel.

Abbildung 19: Wie hoch ist ungefähr Ihr Online-Umsatz am Gesamtumsatz Ihres Geschäftes? (n=12)

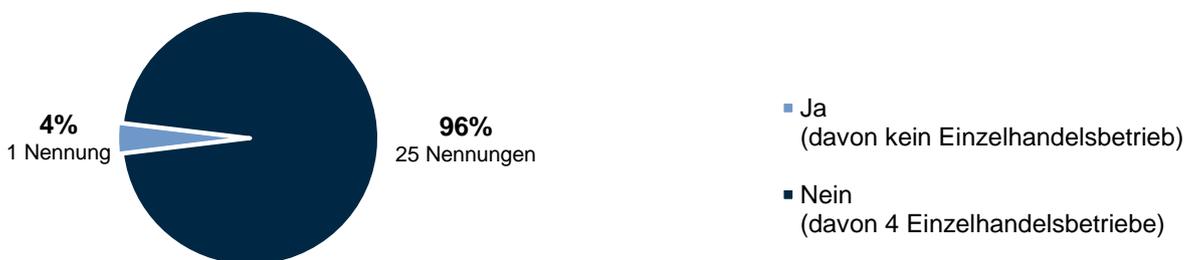


Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

Im Fazit kann ein Teil der lokalen Gewerbetreibenden seinen Online-Vertriebskanal bereits gut nutzen und ist folglich partiell gegen etwaige Umsatzschwankungen im stationären Geschäft abgesichert.

Bei einer Nicht-Nutzung eines Online-Vertriebskanals (vgl. Abb. 17) wurde in einer angeschlossenen Frage von der überwiegenden Mehrheit die Planung eines **Online-Kanals** verneint. Seitens der Unternehmen hat nur ein Betrieb einen entsprechenden Vertriebskanal im Blick. Ein wesentlicher Zuwachs der Online-Aktivitäten der Radeberger Gewerbetreibenden ist daher nicht zu erwarten, zumal in einigen Handelsbranchen und bei zahlreichen Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben ein entsprechender Vertrieb auch mangels internetfähiger Waren nicht möglich ist.

Abbildung 20: Planen Sie einen eigenen Online-Kanal zum Vertrieb Ihrer Waren oder Dienstleistungen? (n = 26)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023

2.4. Chancen und Risiken der Innenstadtentwicklung

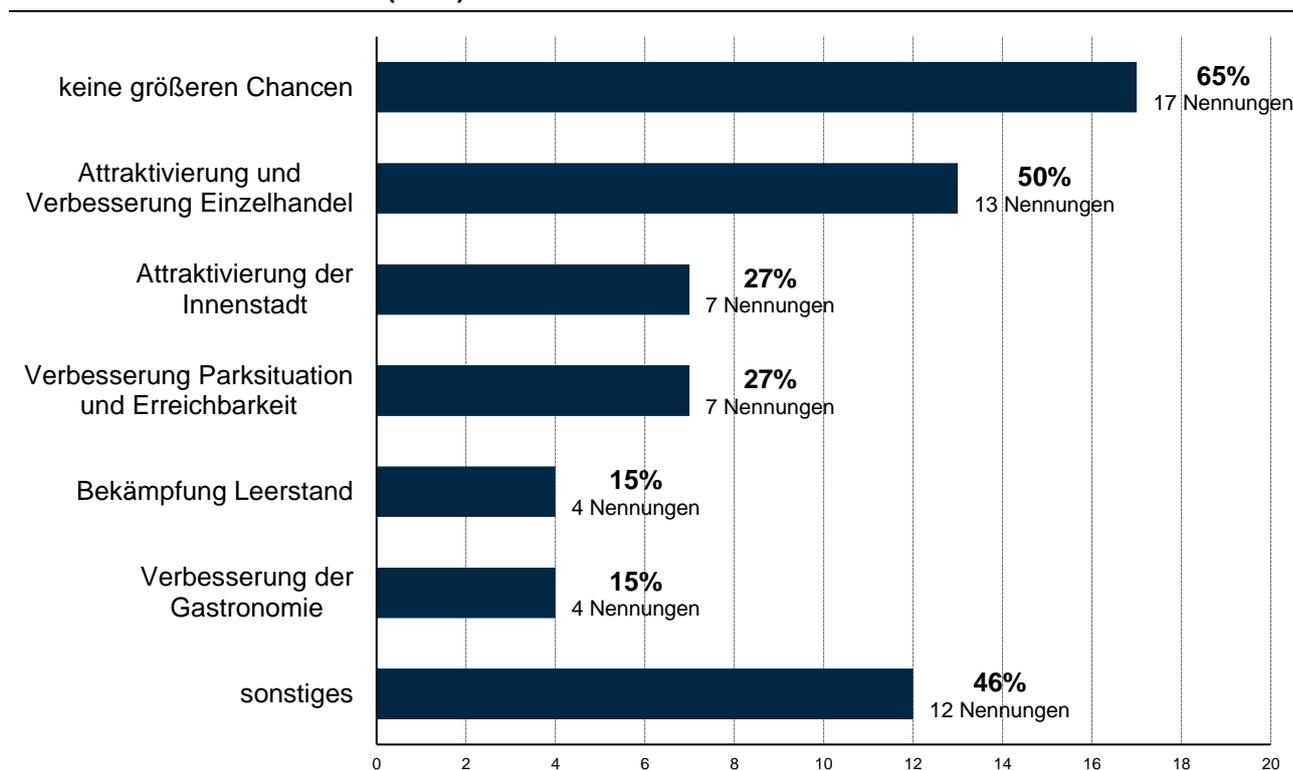
In dem folgenden Themenkomplex soll die **Lage des Radeberger Innenstadthandels** – speziell Chancen und Risiken – hinterfragt werden.

Nach Auswertung der gegebenen Antworten zeigt sich, dass ein Großteil der lokalen Unternehmen (17x) keine größeren **Chancen** für die Radeberger Innenstadt sieht. Dies wird u.a. mit der räumlichen Nähe zu Dresden und den Kaufkraftabflüssen dorthin begründet, dem weiteren Anwachsen des Online-Handels und dem Fehlen eines umfänglichen innerstädtischen Einzelhandelsangebots.

Seitens der ortsansässigen Gewerbetreibenden wird jedoch ein gewisses Potenzial bei der Attraktivierung des innerstädtischen Einzelhandels (13x) gesehen. Der weitere handelsseitige Ausbau und einer Verbesserung des Angebots sind u.a. eine Chance für den Innenstadthandel. Diese Aussagen stehen auch im Zusammenhang mit der Beseitigung des Leerstandes (4x), wobei durch eine gezielte Leerstandsbekämpfung und geordnete Nachbelegung von Gewerbeeinheiten eine höhere Attraktivität des Innenstadthandels erreicht werden kann.

Bei der Paarung einer guten Parkplatzsituation und einer zügigen verkehrlichen Erreichbarkeit (7x) mit einer städtebaulich attraktiven Innenstadt (7x) können sich zukünftig gute Chancen für den lokalen Handel ergeben. Hierzu könnte unterstützend eine zahlenmäßig besser vertretene Gastronomie (4x) beitragen.

Abbildung 21: Wie schätzen Sie die Lage des Einzelhandels speziell in der Radeberger Innenstadt ein? Welche Chancen sehen Sie für den Radeberger Innenstadthandel aus Unternehmenssicht? (n=26)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023 (Mehrfachnennungen möglich)

Die Benennung von sonstigen Chancen bezieht sich auf verschiedene Einzelmeinungen, die sich i.d.R. aus einer individuellen betrieblichen Situation ergeben. Die detaillierten Angaben wurden dem Auftraggeber zur Auswertung und Beurteilung übergeben, da sich hieraus Maßnahmen zur Optimierung der Radeberger Innenstadt ableiten lassen.

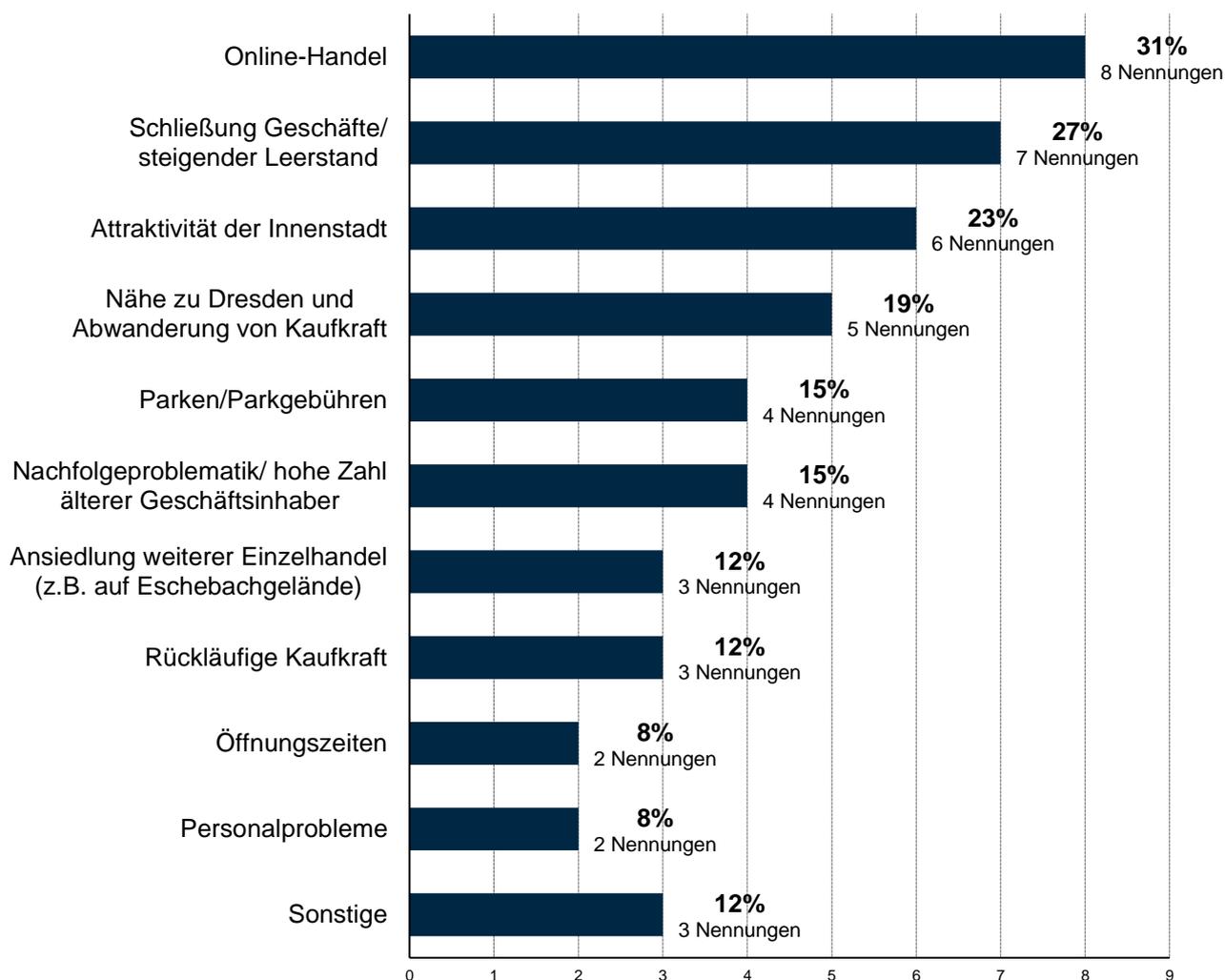
Bei den **Risiken** befürchten die interviewten Gewerbetreibenden eine weitere Zunahme des Online-Handels (8x). Bei einem gleichzeitigen Rückgang der Kaufkraft (3x) ist von einer sinkenden Nachfrageplattform für die lokalen Einzelhändler zu rechnen.

Ferner wird die Abschmelzung der bestehenden kleinformatischen Handelsstrukturen (7x) als großes Risiko für die Innenstadt gesehen, damit einhergehend auch das Absinken der Attraktivität des Radeberger Zentrums (6x). Dieser Trading-Down-Prozess wird mit 13 Nennungen mit deutlichem Abstand als größte Gefahr für den Innenstadthandel artikuliert.

Weitere Risiken zeigen sich bei der Kaufkraftabwanderung von ortsansässigen Kunden nach Dresden (5x), wobei gerade der leistungsfähige Handel und die großformatigen Betriebe der Landeshauptstadt eine hohe Anziehungskraft auslösen. In diesem Zusammenhang wird auch eine Verschlechterung der örtliche Parkplatzsituation (4x) angesprochen, die einen wesentlicher Faktor für einen Einkauf in Radeberg darstellt; bei einer Verschlechterung der Parkbedingungen wird eine Kundenabwanderung erwartet.

Als weitere Risiken werden betriebliche Probleme, wie beispielsweise die hohe Zahl älterer Geschäftsinhaber und fehlender Nachfolger (4x), Personalprobleme (2x) und die Uneinheitlichkeit der Öffnungszeiten (2x) benannt. Weiterhin wird auch eine zunehmende örtliche Konkurrenz durch weitere Handelsansiedlungen (3x) befürchtet.

Abbildung 22: Welche Risiken sehen Sie für den Radeberger Innenstadthandel aus Unternehmenssicht? (n=26)



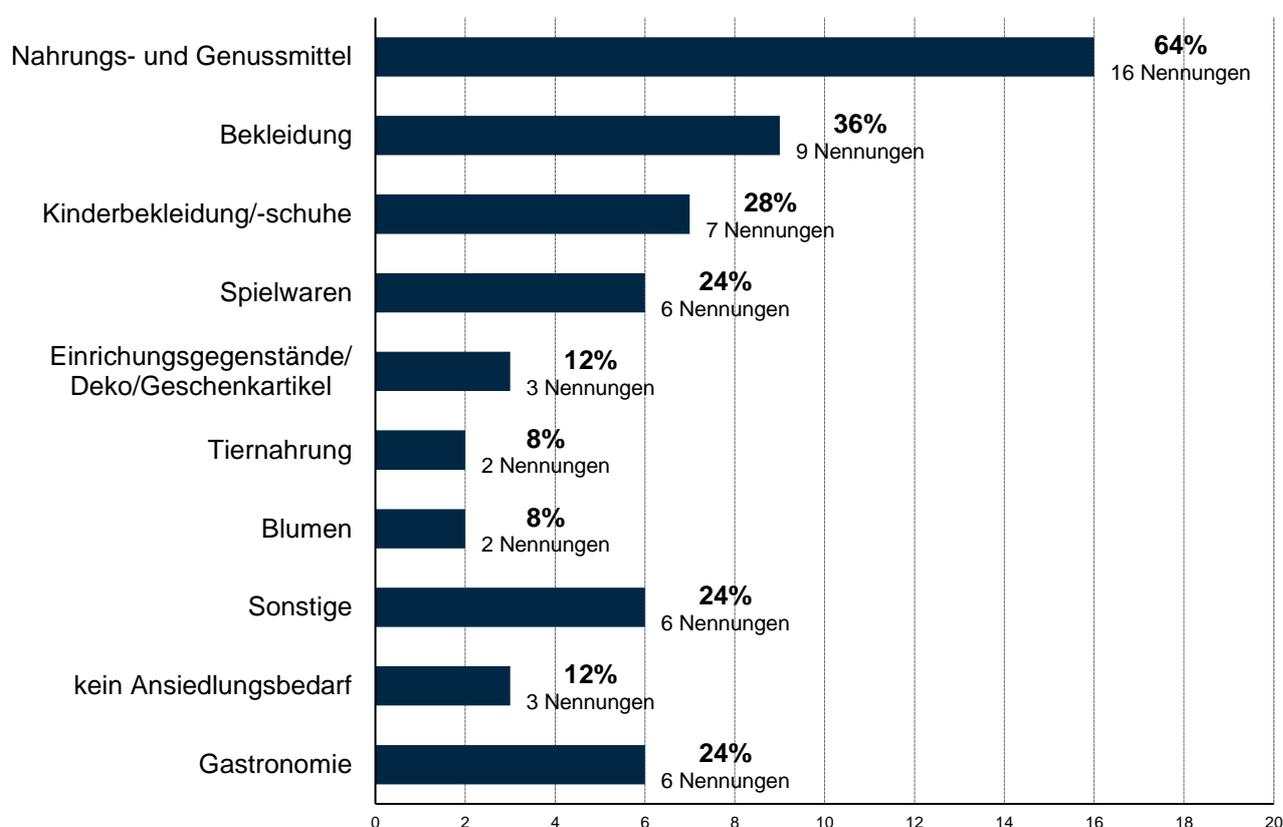
Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023 (Mehrfachnennungen möglich)

Nach der Bewertung der Chancen und der Risiken der Radeberger Einkaufsinnenstadt wurde nach Geschäften bzw. Sortimenten gefragt, in denen aus Sicht der ortsansässigen Gewerbetreibenden ein **zusätzlicher Ansiedlungsbedarf** besteht. Mit einem klaren Votum zeigt sich ein Zusatzbedarf im Lebensmittelhandel, wobei hier maßgeblich die Ansiedlung eines (privaten) Fleischers bzw. anderer kleinformatischer Anbieter (u.a. Bäcker, Spezialitäten) erwähnt wurde.

Mit einem deutlichen Abstand folgt der Wunsch nach einem breiteren Innenstadtangebot an Bekleidung, gefolgt von einem Bedarf für die jüngere Generation (Kinderbekleidung, Spielwaren).

Die restlichen Sortimente unterlagen einer abnehmenden Nennung; unter „Sonstige“ wurden verschiedene Einzelsortimente bzw. sonstige Wünsche angegeben.

Abbildung 23: In welchen Branchen sehen Sie in der Radeberger Innenstadt einen zusätzlichen Ansiedlungsbedarf? Welche Geschäfte fehlen aus Ihrer Sicht in der Innenstadt? (n=25)



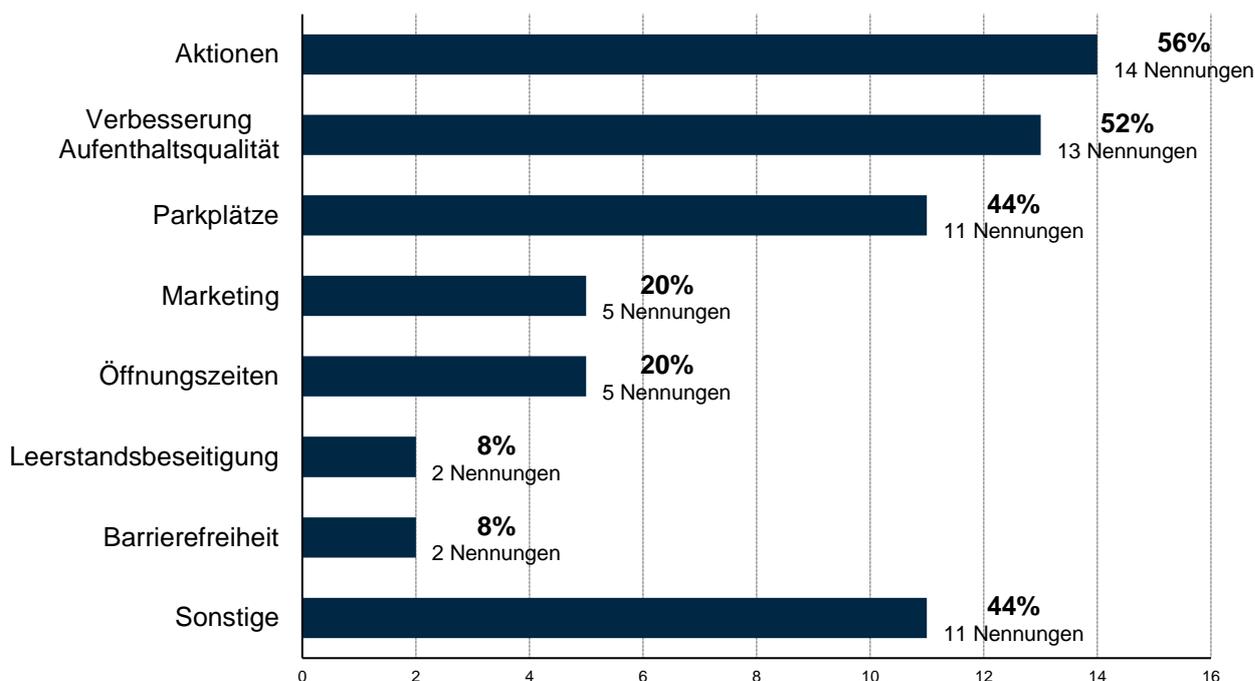
Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023 (Mehrfachnennungen möglich)

Von den befragten Unternehmern gaben drei Personen an, dass in der Innenstadt keine Ansiedlungsbedarfe bestehen. Demnach ist ein – wenn auch kleiner Teil – der Befragten mit dem Innenstadtangebot uneingeschränkt zufrieden.

Unter diesem Befragungspunkt haben auch sechs Personen einen Ansiedlungsbedarf für gastronomische Einrichtungen formuliert, wenngleich sich die Frage auf den Handel bezogen hatte. Hierdurch wird jedoch auch die Ansiedlung eines zusätzlichen Gastronomieangebots hervorgehoben.

Die letzte Frage betrachtet das Thema zur weiteren **Attraktivierung der Radeberger Innenstadt**. Auf die Frage nach möglichen Maßnahmen wurde eine Vielzahl von Anregungen erbracht, die den in Abbildung 24 definierten Kategorien zugeordnet wurden.

Abbildung 24: Welche Maßnahmen müssten Ihrer Meinung nach ergriffen werden, damit die Radeberger Innenstadt als Einkaufsort attraktiver wird? (n=25)



Quelle: BBE Handelsberatung, Befragung der Radeberger Gewerbetreibenden September 2023 (Mehrfachnennungen möglich)

Der Großteil der Meinungen der Gewerbetreibenden betrifft den Themenkomplex Aktionen. Hier werden vor allem Veranstaltungen, Einkaufsevents oder Themenmärkte vorgeschlagen, auch in Verbindung mit Kulturangeboten.

Für die Verbesserung der innerstädtischen Aufenthaltsqualität wurden verschiedene Einzelmeinungen geäußert, die sich auf die Verbesserung des Innenstadtflairs beziehen. Darüber hinaus wird auch die Beibehaltung der Parkplatzsituation gewünscht, aber auch eine Erweiterung der Parkplatzfazilitäten angesprochen.

Mit Blick auf mögliche Marketingaktionen sollte die Werbung für die Radeberger Innenstadt insgesamt, aber auch speziell für die Innenstadthändler – möglichst zentral gesteuert – intensiviert werden. Des Weiteren wurde eine Vereinheitlichung der Öffnungszeiten – wie bereits auch bei der Verbraucherbefragung geäußert – gewünscht.

Die Benennung von sonstigen Maßnahmen beinhaltet verschiedene Einzelmeinungen, die der Stadtverwaltung zur Kenntnisnahme übergeben wurden.

3. Zusammenfassung

Im Rahmen der Fortschreibung des Radeberger Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde projektbegleitend eine Befragung der ortsansässigen Gewerbetreibenden durchgeführt, welche die Lage des Einzelhandels aus Sicht dieser lokalen Akteure abbildet. Mit Blick auf die retournierten Antworten lassen sich folgende Tendenzen zusammenfassen:

- Das **Einzugsgebiet** der Radeberger Einzelhandels- und Gewerbetreibenden – hierbei handelt es sich überwiegend um langjährig ansässige Betriebe – umfasst neben Radeberg selbst vorwiegend Orte im direkten Umland der Stadt. Ferner ergeben sich auch Kaufkraftzuflüsse aus dem Tourismusaufkommen, von welchem jedoch nur ein Teil der örtlichen Betriebe profitiert.
- Die Ertragslage der Radeberger Gewerbetreibenden hat sich in den letzten Jahren – trotz der teilweise schlechten Konsumbedingungen – relativ robust gezeigt. Ein Großteil der Unternehmen berichtet von gestiegenen bzw. zumindest von gleichgebliebenen Umsätzen, wobei in den Folgejahren die **Ertragsituation** eher als rückläufig bzw. fragil eingeschätzt wird. In den nächsten Jahren kann von einer Investitionstätigkeit ausgegangen werden, da 58 % der örtlichen Firmen Investitionen planen.
- Die Radeberger Gewerbetreibenden weisen bereits eine hohe **Online-Aktivität** auf. Ein großer Teil der Firmen (90 %) besitzt einen Internetauftritt, ferner generieren die Betriebe – wenn auch im geringeren Umfang – bereits auch Umsätze über Online-Vertriebskanäle. Folglich besteht eine gewisse **Resilienz gegenüber Umsatzschwankungen** im stationären Geschäft.
- Die Attraktivierung und der Ausbau des innerörtlichen Einzelhandels, die Verbesserung der Attraktivität der Innenstadt und die Optimierung der Parkplatzsituation stellen **Chancen** für die Weiterentwicklung der Radeberger Innenstadt aus Sicht der Gewerbetreibenden dar. Ein großer Teil der Befragten sieht jedoch auch keine größeren Chancen für eine Weiterentwicklung des innerstädtischen Handels.
- Die Gewerbetreibenden sehen als **Risiken** für den Innenstadthandel vor allem den wachsenden Online-Handel und die räumliche Nähe von Radeberg zu Dresden; bei einem gleichzeitigen Rückgang der Kaufkraft könnte die Nachfrageplattform für die lokalen Einzelhändler sinken. Durch die Schließung von Geschäften (Nachfolgeproblematik) und den daraus folgenden Leerstand würde die Attraktivität der Innenstadt abnehmen.
- Aus Sicht der Unternehmer fehlen in der Innenstadt Handelsbetriebe der Branchen Lebensmittel und Bekleidung sowie Angebote für Kinder und Jugendliche; ferner wird ein Bedarf bei der Gastronomie gesehen. Als weitere **Maßnahmen** zur Attraktivierung der Innenstadt werden vor allem Aktionen (Veranstaltungen, Einkaufsevents, Themenmärkte o.ä.), die Verbesserung der innerstädtischen Aufenthaltsqualität, das Vorhandensein von optimalen Parkplatzbedingungen, ein verstärktes Marketing und einheitliche Öffnungszeiten des Innenstadthandels gesehen.

BBE Handelsberatung

i.V. Mathias Vlcek

Projektleiter

Erfurt, 5. Oktober 2023

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Branchenzugehörigkeit der befragten Unternehmen	3
Abbildung 2: Betriebsalter der befragten Unternehmen (n=37)	4
Abbildung 3: Anzahl der Beschäftigten der befragten Unternehmen (n=37)	4
Abbildung 4: Lagekategorie der befragten Betriebe (n=37)	4
Abbildung 5: Wo kommen Ihre Kunden überwiegend her? (n=47)	5
Abbildung 6: Anzahl der Betriebe, die Umsätze mit Touristen tätigt (n = 43)	5
Abbildung 7: Sofern Ihr Betrieb Umsätze mit Touristen tätigt, bitte schätzen Sie den Umsatzanteil (in %) mit Touristen am Gesamtumsatz Ihrer Firma ein! (n = 11)	6
Abbildung 8: Wie haben sich die Umsätze in den letzten 5 Jahren in Ihrem Betrieb tendenziell entwickelt? (n=44)	7
Abbildung 9: Was schätzen Sie, wie werden sich die Umsätze in den nächsten 5 Jahren in Ihrem Betrieb entwickeln? (n=43)	7
Abbildung 10: Planen Sie in den nächsten Jahren Investitionen in Ihrem Betrieb? (n=43)	7
Abbildung 11: Welche Investitionen planen Sie? (n=24)	8
Abbildung 12: Planen Sie in den nächsten 5 Jahren eine Aufgabe Ihres Betriebs? (n=40)	8
Abbildung 13: Aus welchem Grund planen Sie eine Geschäftsaufgabe? (n=6)	9
Abbildung 14: Haben Sie einen Nachfolger bzw. planen Sie die geregelte Übernahme Ihres Betriebes? (n=5)	9
Abbildung 15: Haben Sie einen eigenen Internetauftritt? (n=40)	10
Abbildung 16: Welchen Internetauftritt haben Sie? (n=36)	10
Abbildung 17: Nutzen Sie neben Ihrem stationären Betrieb auch Online-Vertriebskanäle, um Ihre Waren oder Dienstleistungen zu verkaufen? (n = 40)	11
Abbildung 18: Welche Vertriebskanäle nutzen Sie? (n=12)	11
Abbildung 19: Wie hoch ist ungefähr Ihr Online-Umsatz am Gesamtumsatz Ihres Geschäftes? (n=12)	12
Abbildung 20: Planen Sie einen eigenen Online-Kanal zum Vertrieb Ihrer Waren oder Dienstleistungen? (n = 26)	12
Abbildung 21: Wie schätzen Sie die Lage des Einzelhandels speziell in der Radeberger Innenstadt ein? Welche Chancen sehen Sie für den Radeberger Innenstadthandel aus Unternehmersicht? (n=26)	13
Abbildung 22: Welche Risiken sehen Sie für den Radeberger Innenstadthandel aus Unternehmersicht? (n=26)	14
Abbildung 23: In welchen Branchen sehen Sie in der Radeberger Innenstadt einen zusätzlichen Ansiedlungsbedarf? Welche Geschäfte fehlen aus Ihrer Sicht in der Innenstadt? (n=25)	15
Abbildung 24: Welche Maßnahmen müssten Ihrer Meinung nach ergriffen werden, damit die Radeberger Innenstadt als Einkaufsort attraktiver wird? (n=25)	16