

Wir erstellen Einzelhandelskonzepte, die auf empirischen Daten und Marktforschung basieren. Das ist bei weitem nicht selbstverständlich.

Zum einen ist Empirie und Marktforschung teuer. Zum anderen ist das Bewusstsein für den Nutzen der Marktforschung verloren gegangen.

Heute dienen Einzelhandelskonzepte vorwiegend als Planungsgrundlage. Sie müssen als gemeindliches Entwicklungskonzept städtebauliche Kriterien erfüllen und eine rechtssichere Grundlage für die Bauleitplanung bilden. Die Rechtsprechung und die Festlegung nahezu ausschließlich auf städtebauliche Aspekte lässt die absatzwirtschaftlichen und verbraucherorientierten Faktoren mehr und mehr unwichtig erscheinen.

Aber sind sie das wirklich? Geht es der Stadtplanung nicht eigentlich darum, ein funktionierendes Versorgungssystem für ihre Bürger, also den in der Stadt lebenden Verbrauchern zu entwickeln?

Sollen unsere Innenstädte auch in Zukunft ihre wichtige Funktion erfüllen, ist die baurechtsbasierte Steuerung des Einzelhandels ohne Zweifel unverzichtbar. Genauso bedeutend ist aber das Einbeziehen der Bedürfnisse der Akteure, die unsere Städte bevölkern.

Einzelhandelskonzepte sollen eine Entwicklung steuern, die faktisch durch marktwirtschaftliche Zusammenhänge bestimmt wird. Deshalb müssen Verbraucherverhalten und Marktforschung zwingend ihren Platz in Einzelhandelskonzepten erhalten.

**Wir stellen sicher, dass Einzelhandelskonzepte nicht am Bedarf der Menschen Ihrer Stadt vorbei gehen und trotzdem den planungsrechtlichen Ansprüchen der Bauleitplanung genügen.**

## Fragen Sie nach!



# JAHRE

## Markt und Standort

Beratungsgesellschaft mbH

Am Weichselgarten 26  
91058 Erlangen

Tel.: 09131/973769-0  
Fax.: 09131/973769-70

info@marktundstandort.de  
www.marktundstandort.de

# Kommunale Einzelhandelskonzepte IV

## Verbraucherverhalten und Bürgerwille



# JAHRE



# Kommunale Einzelhandelskonzepte

Stadtplanung dient einer positiven und nachhaltigen Entwicklung der Stadt und damit letztlich dem Bürger als Wähler, Steuerzahler, Akteur oder Konsument.

Der Bürger darf und soll sich und seine Meinung in die Entwicklungs- und Planungsprozesse der Stadt einbringen. Im Gegensatz zur Marktforschung ist das organisiert und er kann es unter anderem im Rahmen von Bürgerfragestunden, themengebundenen Informations- und Diskussionsveranstaltungen oder in Bürgerinitiativen tun.

Auch im Zusammenhang mit der Erarbeitung von Einzelhandelskonzepten ist eine unmittelbare Beteiligung der Bürger möglich. Dies geschieht durch Bevölkerungs- und Passantenumfragen genauso wie durch Bürgerversammlungen oder andere Beteiligungsverfahren.

Die Verfahrensweisen zur Erstellung von Einzelhandelskonzepten und deren inhaltliche Schwerpunkte sind allerdings meist stark fachlich und vor allem bauplanungsrechtlich dominiert. Immer häufiger wird auf Verbraucherbefragungen verzichtet und der planungsrechtliche Aspekt in den Mittelpunkt gerückt. Aufgrund der gängigen Beteiligungsverfahren geht die Stadtplanung davon aus, dass sie weiß, was ihre Bürger wollen, wenn da nicht die Diskrepanz zwischen geäußertem Willen der Bürger und ihrem tatsächlichen Verhalten zu beobachten wäre.

Die Stadtplanung läuft so Gefahr, sich zu sehr auf baurechtliche Fragestellungen zu fokussieren und sowohl den Wirtschaftsförderungsaspekt als auch die Bürgerwünsche hintan zu stellen.

**Wir helfen Ihnen, Bürgerwillen und Verbraucherverhalten zum Vorteil Ihrer Einzelhandelskonzepte zu interpretieren.**

# Verbraucherverhalten

Die Erforschung des Verhaltens der Verbraucher ist eine Disziplin der Marktforschung. Die Methoden der Verbraucherbeforschung sind ausgefeilt und dienen letztlich dazu, Entscheidungen des Verbrauchers nachzuvollziehen oder im Sinne des Marketings auch vorherzusagen.

Es wird oft vom gebildeten und aufgeklärten Bürger ausgegangen, der seine Verbraucherentscheidungen bewusst und rational trifft. Das konkurrierende Modell sieht demgegenüber den impulsiven und spontanen Verbraucher, der in seinen Entscheidungen seinen Emotionen ausgeliefert ist.

Welche Einflussfaktoren tatsächlich wirken, lässt sich nur durch die Erforschung der konkreten Situation bestimmen. Die Entscheidung über Produkte und Kollektionen, die Entwicklung neuer Betriebsformen und Ladenkonzepte, die Gestaltung und Dichte eines Filialnetzes oder die Wahl von Filialstandorten ist ohne Markt- und Standortforschung nicht möglich.

- Verbraucher sind mobil und sie entscheiden souverän über die Wahl ihrer Einkaufsstätten.
- Verbraucher nutzen Vertriebskanäle dann, wenn sie für sie von Vorteil sind.
- Verbraucher handeln nicht zum Wohle notleidender Betriebe oder Strukturen und auch gegen ihre eigenen Bürgerinteressen.
- Verbraucher handeln nicht nach städtebaulichen Idealen.

Verbraucher haben selten das Ganze im Auge, sondern werden durch ihren Wunsch nach Bedarfsbefriedigung gelenkt.

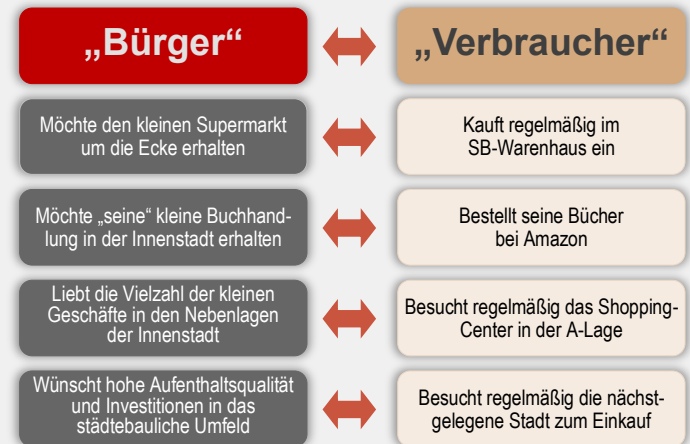
**Wir helfen Ihnen, im Rahmen der Erarbeitung von Einzelhandelskonzepten Verbraucherverhalten zu messen und zu berücksichtigen.**

# Bürgerwille

Der Wille der Bürger ist ein entscheidender Faktor in der Stadtplanung. Bürgerbeteiligungen sind beispielsweise in der Bauleitplanung verpflichtend angelegt. In der Regel geht es dabei um die persönlichen Interessen und die unmittelbare Betroffenheit der Bürger durch Planvorhaben und Festsetzungen. Hier kann jeder Bürger seine Bedenken äußern und Anregungen vorbringen.

In Zusammenhang mit Einzelhandelskonzepten sind solche Beteiligungsverfahren nicht vorgeschrieben. Dies hindert Gemeinden aber nicht daran, eine freiwillige Bürgerbeteiligung durchzuführen. Die Form der Beteiligung geht von Bekanntmachung und dem Einholen von Anregungen und Bedenken auf den ortsüblichen Wegen bis hin zu Informations- und Diskussionsveranstaltungen.

*Der Gegensatz zwischen Bürgerwille und Verbraucherverhalten bei der Versorgung*



**Wir helfen Ihnen, dem Bürgerwillen Gehör zu verschaffen und ihn mit planungsrechtlichen Vorgaben in Einklang zu bringen.**