

Einzelhandelsgutachten Einkaufszentrum

## STUTTGART – NEUGEREUT



STUTTGART



## **IMPRESSUM**

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Ludwigsburg | Büros in Dresden, Hamburg, Köln,  
München, Salzburg  
71638 Ludwigsburg, Hohenzollernstraße 14  
Projektleitung: Dipl.-Ing. Gabriele Ostertag  
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl  
Telefon: 07141/9360-0 Telefax: 07141 /9360-10  
eMail: [info@gma.biz](mailto:info@gma.biz), <http://www.gma.biz>

im Auftrag der Landeshauptstadt Stuttgart,  
Amt für Stadtplanung und Stadterneuerung

März / Juli 2011

Um die Lesbarkeit der Broschüre zu erleichtern, wird nur die männliche Form von Personenbezeichnungen verwendet. Unabhängig davon richtet sie sich jedoch an Frauen und Männer.

Der Stadtteil Neugereut wurde 2008 in das Bund-Länderprogramm „Stadtteile mit besonderem Entwicklungsbedarf – Die Soziale Stadt“ aufgenommen und mit einem Förderrahmen von 3,16 Millionen € ausgestattet. Dadurch können vielfältige Projekte zur Verbesserung der Lebensqualität im Stadtteil verwirklicht werden. Der Schwerpunkt liegt dabei in der Aufwertung des öffentlichen Raums, der Förderung des Gemeinwesens und Sicherung der lokalen Ökonomie bzw. Stärkung und Sicherung der Nahversorgung.

Anders als in herkömmlichen Sanierungsgebieten werden die Projekte der Stadtteilerneuerung im Dialog und in Zusammenarbeit mit allen Beteiligten vor Ort, den Bewohnerinnen und Bewohnern, den Institutionen und Einrichtungen und den Beschäftigten der lokalen Ökonomie erarbeitet. Im Arbeitskreis 4 „Städtebau und Handel“ wurde 2010 das Leuchtturmprojekt „Aufwertung Einkaufszentrum Neugereut“ definiert.

Im Sommer 2010 erteilte die Stadt Stuttgart der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH den Auftrag zur Erarbeitung des „Einzelhandelsgutachtens Einkaufszentrum Neugereut“ zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung in Neugereut.

Zur Erarbeitung des Einzelhandelsgutachtens waren relevante Grundlagendaten zum Thema Einzelhandel und ergänzenden Dienstleistungen aufzubereiten. Darüber hinaus wurden Interviews mit den wirtschaftlichen Akteuren im Einkaufszentrum geführt (Handel, Dienstleister, Ärzte, Gastronomie) sowie eine Kunden- und Bürgerbefragung in Neugereut, Hofen und Steinhaldenfeld durchgeführt.

Die Erkenntnisse waren letztendlich Ausgangspunkt für ein moderiertes Verfahren zur Erarbeitung eines handlungs- und umsetzungsorientierten Einzelhandelsgutachtens (Workshops). Die Ergebnisse der Untersuchungen wurden im Frühjahr 2011 vorgelegt. Die vorliegende Broschüre stellt somit eine Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse dar. Eine detaillierte Ausgabe des Gutachtens sowie die Kundenbefragung stehen im Internet unter [www.stuttgart-neugereut.de](http://www.stuttgart-neugereut.de) zur Verfügung.

## INHALTSVERZEICHNIS

	<b>Seite</b>
<b>1. Aufgabenstellung und Vorgehensweise</b>	<b>2</b>
<b>2. Die Ausgangssituation im Einkaufszentrum Neugereut</b>	<b>6</b>
2.1 Allgemeine Rahmenbedingungen	6
2.2 Angebotsbezogene Rahmenbedingungen	8
2.2.1 Ausgangsdaten	8
2.2.2 Das Einkaufszentrum aus Sicht der Gewerbetreibenden	10
2.2.3 Das Einkaufszentrum aus Sicht seiner Bürger	12
2.3 Städtebauliche Rahmenbedingungen	19
2.3.1 Gesamterscheinungsbild, Konzeption des Einkaufszentrums	19
2.3.2 Erreichbarkeit	22
2.3.3 Erscheinungsbild bzw. Warenpräsentation der Geschäfte	23
2.3.4 Öffentlicher Raum / Qualität	24
2.3.5 Fluktuation / Leerstände	24
2.4 Nachfragebezogene Rahmenbedingungen	25
<b>3. Stärken-Schwächen-Profil</b>	<b>27</b>
<b>4. Ziel- und Maßnahmenkatalog</b>	<b>29</b>
<b>5. Impulsmaßnahmen</b>	<b>31</b>
<b>6. Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgung im Einkaufszentrum Neugereut</b>	<b>33</b>

## 1. Aufgabenstellung und Vorgehensweise

Der seit 1971 aufgesiedelte, jüngste Stadtteil des Stuttgarter Stadtbezirks Mühlhausen ist mittlerweile in die Jahre gekommen; Stuttgart-Neugereut befindet sich aktuell in der größten Umbruchphase seit seiner Entstehung:

- Der Anteil der „Bewohner der ersten Stunde“ geht deutlich zurück. Damit lässt auch das bislang bestehende Selbstverständnis der Bevölkerung, sich für „Ihren“ Stadtteil zu engagieren und einzubringen, nach.
- Die „Neubürger“ sind bislang nur wenig in das Stadtleben eingebunden. Dabei bestehen auch „Kommunikationsengpässe“ aufgrund sprachlicher Barrieren (hoher Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund, vor allem aus der Türkei und den Staaten der ehemaligen Sowjetunion).
- Der Anteil älterer Bewohner wird in den kommenden Jahren stark zunehmen.

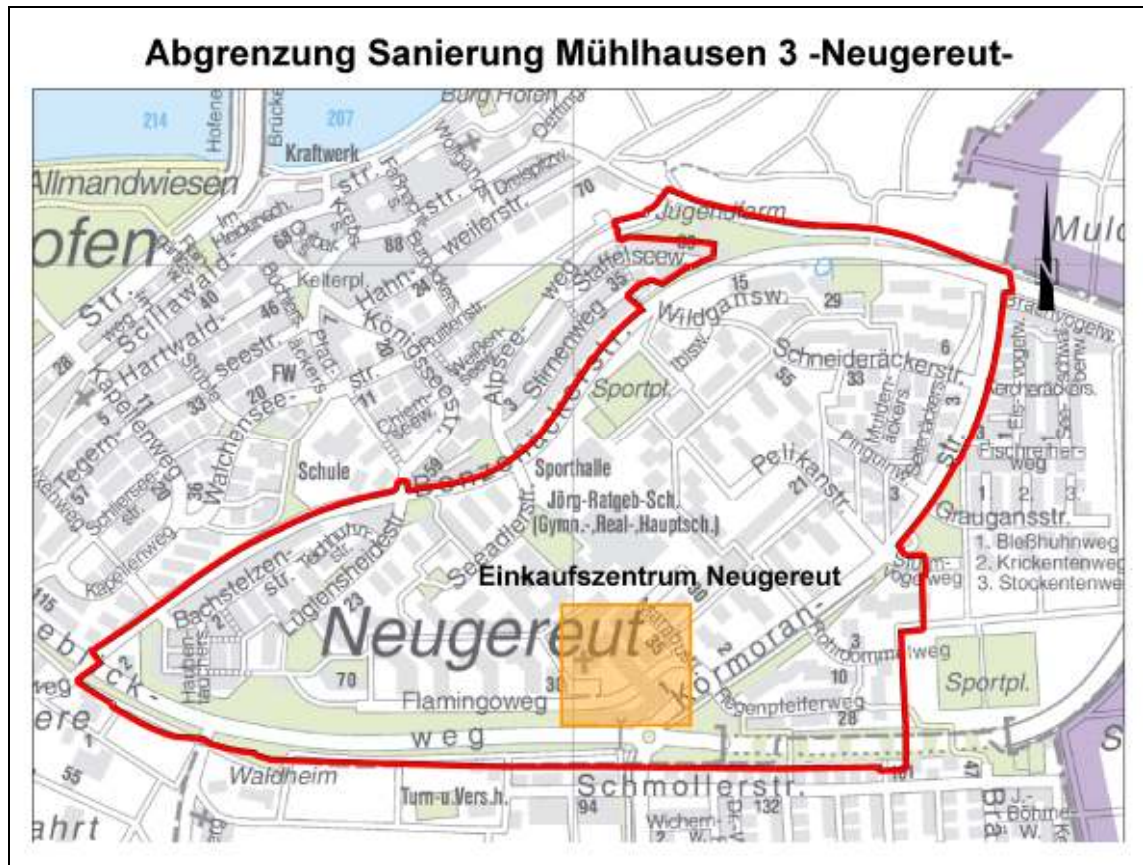


Spirillo – das Neugereuter Wahrzeichen

Seit einem Jahr befindet sich der Stadtteil im Programm „Stadtteile mit besonderem Entwicklungsbedarf – Soziale Stadt“ (vgl. Karte 1). Damit ist die Chance verbunden, Projekte zur nachhaltigen, zukunftsfähigen Umstrukturierung des Stadtteils zu initiieren. Für diesen Prozess kann der Stadtteil auf ein funktionsfähiges Kommunikationsnetz und Engagement der Bürger zurückgreifen. Allerdings ist aktuell ein noch zu geringes Engagement der sogenannten „Neubürger“ festzuhalten. Im Rahmen der nachhaltigen Entwicklung des Stadtteils ist der Fokus auch auf die „Sicherung des Nahversorgungsstandortes“ zu richten.

Die Weiterentwicklung des bestehenden, modernisierungsbedürftigen Einkaufszentrums kann einen wichtigen lokalen Bezugspunkt schaffen.

## Karte 1: Abgrenzung Sanierungsgebiet



Vor dem angeführten Hintergrund ist zunächst eine aktualisierte Diskussions- und Arbeitsgrundlage für Entscheidungsträger, Bürger und Einzelhändler vor Ort zu erarbeiten. Dabei ist die aktuelle Situation und die Perspektive des Einzelhandels in Neugereut darzustellen. Damit wird das bereits aus dem Jahr 2001 vorliegende GMA-Gutachten aktualisiert (GMA). Im Einzelnen wurden folgende Punkte erarbeitet:

- Städtebauliche Analyse (z.B. Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum, Darstellung und Bewertung kultureller Angebote im Stadtteil, Bewertung der Schaufenstergestaltung und des Auftritts des örtlichen Einzelhandels und der einzelhandelsnahen Dienstleister, Verkehrs- und Parkplatzsituation, Stadtteilimage und Klima)
- Situation des Einzelhandelsstandortes: Analyse und Bewertung (räumlich und zeitlich)
- Gespräche mit der Händlerschaft, Dienstleister, Ärzte und der Gastronomie im Einkaufszentrum

- Bürgerbefragung in Neugereut, Hofen, Steinhaldenfeld

Das Einzelhandelskonzept wurde im Rahmen von drei Workshops vor Ort gemeinsam mit den Akteuren erarbeitet.

Diese Themenschwerpunkte wurden im Anschluss in Form eines Stärken-Schwächen-Profiles mit der interessierten Bürgerschaft und den Akteuren diskutiert und konkretisiert, Ziele und Maßnahmen benannt und konkrete, umsetzungsorientierte Projekte formuliert.

### Abbildung 1: Die Aufgabenstellung







Ablauf des Verfahrens:

- Beauftragung einer Einzelhandelsstudie,  
Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA), Juli 2010
- Situation des Einzelhandelsstandortes: Analyse und Bewertung (räumlich und zeitlich)
- Händlerbefragung, August/September 2010
- Auftaktveranstaltung  
„Einzelhandelsgutachten Einkaufszentrum Neugereut“, 20. September 2010
- Kundenbefragung ab 30. September 2010 in verschiedenen Sprachen
- Diskussion der Anregungen in Workshops des Arbeitskreises 4,  
Oktober und November 2010
- Abschlussveranstaltung und Ergebnispräsentation Arbeitskreises 4,  
16. Februar 2011
- Vorstellung der Ergebnisse der Einzelhandelsstudie vor den Geschäftsleuten des  
Einkaufszentrums Neugereut, 22. März 2011



## 2. Die Ausgangssituation im Einkaufszentrum Neugereut

Die Entwicklung des Standortes Einkaufszentrum Neugereut insbesondere in seiner Funktion als Wirtschaftsraum wird im Wesentlichen durch folgende Punkte geprägt:

- allgemeine Rahmenbedingungen des Stadtteils Stuttgart-Neugereut
- städtebauliche Rahmenbedingungen
- angebots- und nachfragebezogene Rahmenbedingungen

**Karte 2: Lage des Stadtteils Neugereut und Wettbewerbssituation**



### 2.1 Allgemeine Rahmenbedingungen

Die Rahmenbedingungen des Stadtteils Neugereut als Handelsstandort lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Der Mühlhausener Stadtteil Neugereut befindet sich im Nordosten des Stuttgarter Stadtgebiets. Dabei ist das Einkaufszentrum Neugereut im Rahmen des Stuttgarter Einzelhandelskonzepts als D-Zentrum ausgewiesen<sup>1</sup>. Damit kommt dem Einkaufszentrum schwerpunktmäßig die **Funktion eines Nahversorgungszentrums** zu.
- Städtebaulich ist Neugereut im Wesentlichen durch den Charakter einer Großwohnsiedlung (= **Wohnfunktion**) geprägt. Als „geplantes Zentrum“ wurde neben der Entwicklung der Wohnsiedlung auch das Nahversorgungszentrum entwickelt. Damit stellt sich auch in Neugereut grundsätzlich das Problem, dass das Zentrum sowohl baulich als auch funktional kaum an die sich veränderten Rahmenbedingungen angepasst werden konnte.
- Die **Verkehrerschließung** von Neugereut erfolgt insbesondere über die im Neckartal verlaufende Mühlhauser Straße / Aldinger Straße (in der Fortsetzung: Seeblickweg). Sie stellt die Anbindung in nordöstlicher Richtung (Mühlhausen, Remseck, Aldingen, Ludwigsburg) sowie in südöstlicher Richtung (Stuttgart-Münster, Stuttgart-Zentrum) sicher. Die Anbindung von Steinhaldenfeld ist über die gleichnamige Straße gewährleistet. Darüber hinaus besteht eine attraktive Anbindung in Richtung Bad Cannstatt. Mit der Verlängerung der U2 (Haltestelle Neugereut) erfuhr der Stadtteil eine **deutliche Aufwertung der öffentlichen Erreichbarkeit**.
- Der Stadtbezirk Stuttgart-Mühlhausen hat in der vergangenen Dekade eine rückläufige Bevölkerungsentwicklung durchlaufen<sup>2</sup>. Auf den Stadtteil **Neugereut** entfallen aktuell knapp **8.260 Einwohner** mit einer stagnativen Entwicklung. Mit einem **Ausländeranteil von ca. 17,7 %**<sup>3</sup> im Jahr 2009 liegt der Stadtbezirk Mühlhausen insgesamt unter dem Vergleichswert der Gesamtstadt. Der **Anteil an Menschen mit Migrationshintergrund** liegt in Neugereut mit knapp 55 % allerdings deutlich über dem Durchschnitt der Landeshauptstadt (ca. 38 – 39 %)<sup>4</sup>.
- Hinsichtlich der demografischen Entwicklung ist darüber hinaus anzuführen, dass mit einem Anteil der Bevölkerung 65 Jahre und älter in Neugereut mit 23 – 24 % sowohl über dem Anteil der Stadt Stuttgart als auch über dem Anteil des Stadtbe-

---

<sup>1</sup> D-Zentrum = Versorgungszentrum mit örtlicher Bedeutung; vgl. Landeshauptstadt Stuttgart, Stadtplanungsamt

<sup>2</sup> vgl. Stadt Stuttgart, Statistisches Amt

<sup>3</sup> vgl. Stadt Stuttgart, Statistisches Amt

<sup>4</sup> Stadt Stuttgart, Statistisches Amt zum 31.12.2009

zirks Mühlhausen liegt<sup>1</sup>. Auf der anderen Seite ist der Anteil unter 15-Jähriger mit heute ca. 16 – 17 % ebenfalls überdurchschnittlich ausgeprägt.

## 2.2 Angebotsbezogene Rahmenbedingungen

### 2.2.1 Ausgangsdaten

Die **Einzelhandelsstruktur** im Stadtteil Stuttgart-Neugereut wird schwerpunktmäßig



durch das Einkaufszentrum am Flamingoweg charakterisiert. Im Rahmen einer Erhebung sämtlicher Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks sowie einer Totalbefragung aller Geschäfte im August / September 2010 wurde ein aktueller Überblick über die Einzelhandelsausstattung des Stadtteils gewonnen.

Zum Zeitpunkt der Erhebung gab es im Stadtteil Stuttgart-Neugereut im **Einzelhandel** insgesamt:

- 19 Arbeitsstätten mit
- einer Verkaufsfläche von ca. 2.540 m<sup>2</sup> und
- einer Brutto-Umsatzleistung von knapp 12 Mio. €

Auf die Hauptwarengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** entfielen:

- 8 Betriebe mit
- einer Verkaufsfläche von ca. 1.940 m<sup>2</sup> und
- einer Brutto-Umsatzleistung von ca. 7,6 Mio. €.

---

<sup>1</sup> Stadt Stuttgart: ca. 18 – 19 %; Stadtbezirk Mühlhausen: ca. 24 %.

Nahrungs- und Genussmittel, also kurzfristiger Bedarf) liegen in Neugereut mit ca. 235 m<sup>2</sup> VK je 1.000 Einwohner für Nahrungs- und Genussmittel auf einem guten Niveau (vgl. Abb. 2).

### Karte 3: Nutzungsstruktur 1. OG – Einkaufszentrum

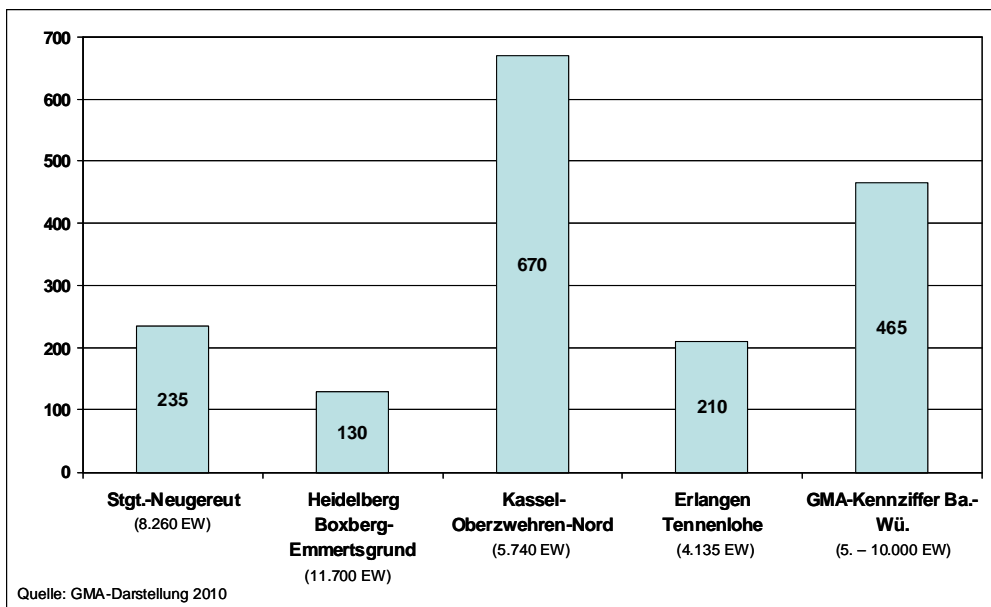


Eine ergänzende Funktion nehmen **konsumnahe Dienstleistungsbetriebe** innerhalb des Einkaufszentrums wahr. Hieraus konnten folgende Betriebe festgehalten werden:

- drei Gastronomiebetriebe
- drei Friseure
- zwei Kosmetik- / Sonnenstudios
- zwei Bankfilialen
- eine Reinigung
- eine Musikschule
- fünf Ärzte
- zwei private, ambulante Pflegedienste
- eine Einrichtung für Nachhilfe / Schülerhilfe.

Die Untersuchung der Verteilung der Verkaufsflächengrößenklassen zeigt, dass der Anteil an Betrieben mit größeren Flächen über 200 m<sup>2</sup> mit nur zwei Betrieben außerordentlich gering ist. Aktuell bestehen diverse Leerstände. Eine großzügige, zeitgemäße Ansiedlung eines leistungsfähigen Betriebes ist jedoch aktuell nicht möglich (Flächenrestriktionen). Die relevanten Versorgungskennziffern (hier insbesondere Verkaufsflächenausstattung für Nahrungs- und Genussmittel, also kurzfristiger Bedarf) liegen in Neugereut mit ca. 235 m<sup>2</sup> VK je 1.000 Einwohner für Nahrungs- und Genussmittel auf einem guten Niveau (vgl. Abb. 2).

**Abbildung 2: Verkaufsflächenausstattung Nahrungs- und Genussmittel (m<sup>2</sup> VK je 1.000 Einwohner)**



## 2.2.2 Das Einkaufszentrum aus Sicht der Gewerbetreibenden

Im Rahmen von **Händlergesprächen** konnte die Meinung von 17 Personen abgefragt werden.

### Umsatzentwicklung

Aus der Frage nach der Einschätzung der Umsatzentwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr sowie der zu erwartenden Geschäftsentwicklung ergab sich ein fast ausgewogenes Bild.



Als Gründe für eine nicht zufriedenstellende Umsatzentwicklung wurden insbesondere die Sozialstruktur im Stadtteil und das unattraktive Erscheinungsbild des Einkaufszentrums (Zielgruppenkonflikte, Sauberkeit und Sicherheit, mangelndes Gesamterscheinungsbild; vgl. hierzu auch Stärken-Schwächen-Analyse) angeführt. Allerdings wurde die generell gute Lage des Einkaufszentrums innerhalb des Stadtteils (Kompaktheit, ausreichende Parkplatzverfügbarkeit und Nähe zu Einzelgeschäften) als Positiv-Kriterium für die entsprechend gute Geschäftsentwicklung angeführt.

Insgesamt zeigt sich, dass trotz der eher negativen Grundstimmung der Gewerbetreibenden im Einkaufszentrum bei der Hälfte der Befragten die künftige Entwicklung positiv oder zumindest konstant eingeschätzt wird.

### Investitionsverhalten

Nach dem vergangenheits- und zukunftsbezogenen Investitionsverhalten der Gewerbetreibenden im Einkaufszentrum gefragt, gab über die Hälfte der Befragten an, entsprechende Veränderungsabsichten durchgeführt zu haben. Die Hälfte der befragten Betriebe gab entsprechende Veränderungsabsichten für die Zukunft an. Mit drei Nennungen fällt jedoch der vorgenommene Personalabbau stark ins Gewicht.

Die Veränderungsabsichten beziehen sich ebenfalls im Wesentlichen auf eine weitere Anpassung an die tendenziell enger werdende Nachfrage vor Ort wie Geschäftsaufgabe, Entlassungen.

### Wesentliche Stärken und Schwächen des Handelsstandortes Neugereut

Eine weiterführende Frage beschäftigte sich mit den wesentlichen Stärken und Schwächen des Einkaufszentrums Neugereut aus Sicht des **Handels und ergänzenden Dienstleistungen, Ärzte und Gastronomiebetriebe** (insgesamt 27 befragte Betriebe).

In der Gesamtschau der Ergebnisse ist anzuführen, dass mehr Schwächen als Stärken genannt wurden. Ganz oben auf der Liste der angeführten **Schwächen** ist neben dem „Sicherheitsthema“ das veraltete, unattraktive Gesamterscheinungsbild der Handelslage anzuführen. Als wesentliche **Stärken** werden das gute Angebot (v. a. im kurzfristigen Bedarfsbereich) in einem kompakten Zentrum (kurze Wege, alles unter einem Dach) benannt. Diese decken sich im wesentlichen mit den Angaben aus der durchgeführten Bürgerbefragung.

### **Einschätzung der Präsenz des Polizeipostens**

Die Arbeit der Polizei vor Ort wird von den 27 befragten Betrieben insgesamt als gut gewürdigt. Dennoch besteht v. a. für die Abend- und Nachtstunden sowie am Wochenende seitens der befragten Betriebe der Wunsch nach einer verstärkten Polizeipräsenz.

### **Bewertung der Fluktuation im Einkaufszentrum**

Als Hauptgrund der als hoch eingeschätzten Geschäftsfluktuation wird das jeweils mangelhafte Geschäftskonzept bzw. die geringe Professionalität der jeweiligen Betreiber angeführt. Einen deutlich geringeren Stellenwert nimmt dabei das Thema „Miethöhe“ und das Gesamtumfeld des Einkaufszentrums ein.

### **Anregungen / Verbesserungsvorschläge**

Die befragten Betreiber führten insgesamt 268 Anregungen und Verbesserungsvorschläge zur Aufwertung der Handelslage in Neugereut an. Ein Schwerpunkt liegt nach Meinung der befragten Akteure auf folgenden Aufgabenstellungen:

- Wichtiges Thema ist die Sauberkeit im gesamten Zentrum (z. B. Putzede, mehr Müll-eimer)
- einheitliche Gestaltung des Zentrums (Farb-, Lichtkonzept); Aufwertung
- Möblierungskonzept (insbesondere Thema Sitzgelegenheiten)
- Aufwertung / Belebung des Marktplatzes
- Organisation und Einführung eines gemeinsamen (externen) Centermanagements
- Wartung der Aufzüge und Rolltreppen sowie Verlängerung der Betriebszeiten (Anpassung an Öffnungszeiten)
- Thema Sicherheit (v. a. abends und am Wochenende)
- Außengastronomie / Tagescafé (z. B. am Marktplatz)
- öffentliche Toilette.

#### **2.2.3 Das Einkaufszentrum aus Sicht seiner Bürger**

Über das Wochenblatt wurde am 30.09.2010 eine Bürger- bzw. Kundenbefragung in Neugereut, Steinhaldenfeld und Teilen von Hofen durchgeführt. Weiterhin wurde der Frage-



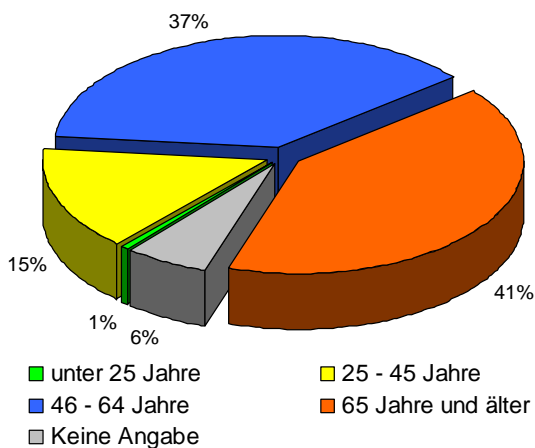
bogen über den e-Mail-Vertreiler der Sozialen Stadt verschickt, an der Kirbe am 17.10.2010 verteilt sowie auf der Internetseite „stuttgart-neugereut.de“ zum Download angeboten. Die Befragung wurde auf deutsch, russisch und türkisch angeboten. Der Rücklauf der Befragung konnte mit **307 Fragebögen** als gut eingeordnet werden.

Die Auswertung der Umfrageergebnisse erfolgte nach allen erhobenen soziodemographischen Merkmalen (Alter, Geschlecht, Haushaltsgröße, Berufstätigkeit).

## Statistische Merkmale

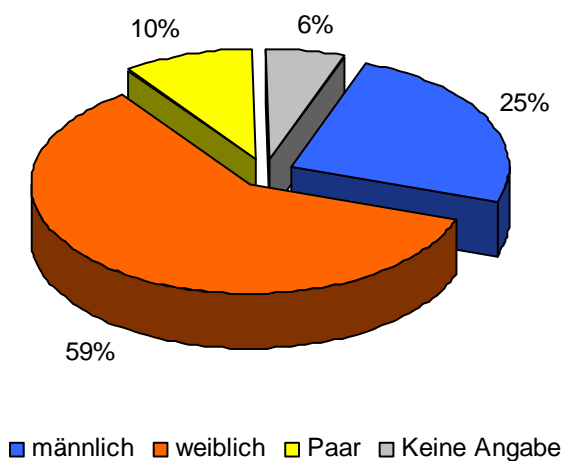
### Alter

Anzahl der Nennungen = 307



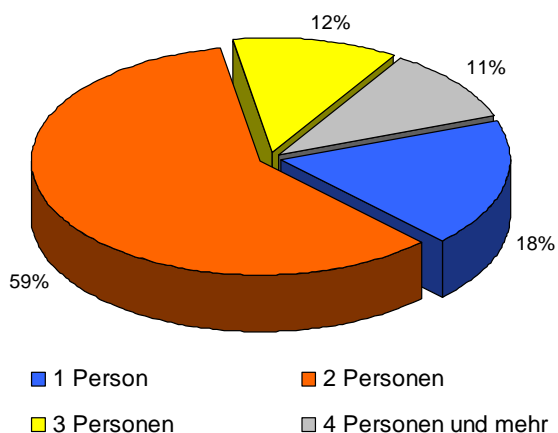
### Geschlecht

Anzahl der Nennungen = 307



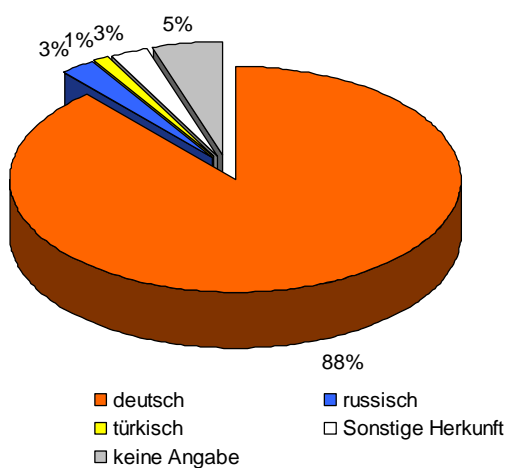
## Haushaltsgröße

Anzahl der Nennungen = 307



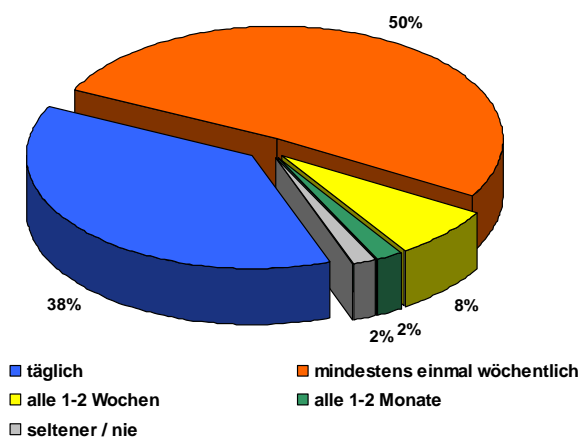
## Herkunft

Anzahl der Nennungen = 307



## Wie häufig kaufen Sie in Neugereut ein?

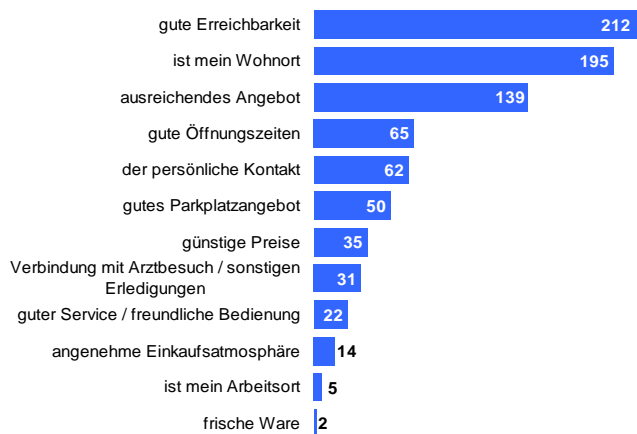
Anzahl der Nennungen = 307



Damit zeigt sich deutlich, dass das Einkaufszentrum ein wichtiger Nahversorgungsstandort für Neugereuter darstellt.

### Welche Gründe sprechen aus Ihrer Sicht für einen Einkauf im Einkaufszentrum?

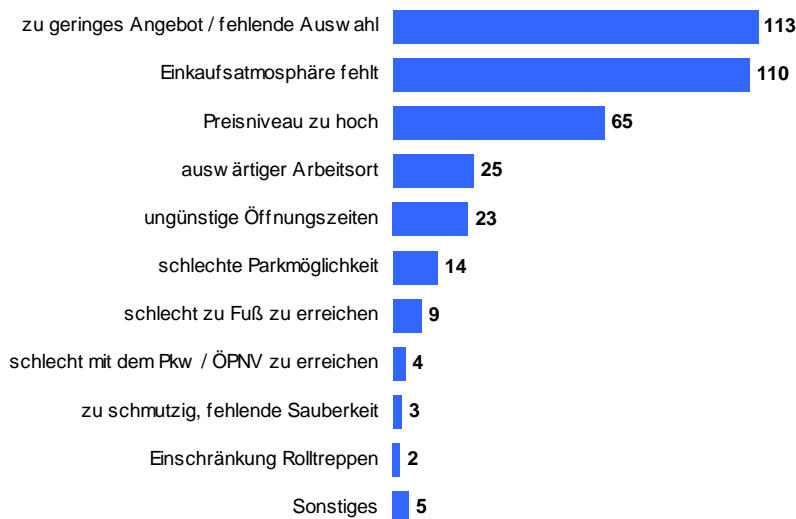
Anzahl der Nennungen = 489



Die Hauptgründe, die für einen Einkauf im Einkaufszentrum Neugereut sprechen, ist die gute Erreichbarkeit und der eigene Wohnort.

### Welche Gründe sprechen aus Ihrer Sicht gegen einen Einkauf im Einkaufszentrum?

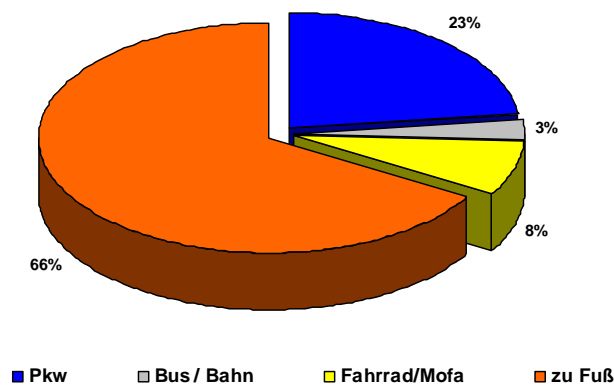
Anzahl der Nennungen = 373



Ein geringes Angebot und die mangelnde Einkaufsatmosphäre sprechen gegen einen Einkauf in Neugereut. In der Zusammenschau ist anzuführen, dass deutlich mehr Gründe für einen Einkauf in Neugereut als dagegen angeführt werden.

**Welches Verkehrsmittel benutzen Sie überwiegend für Einkäufe im Einkaufszentrum Neugereut?**

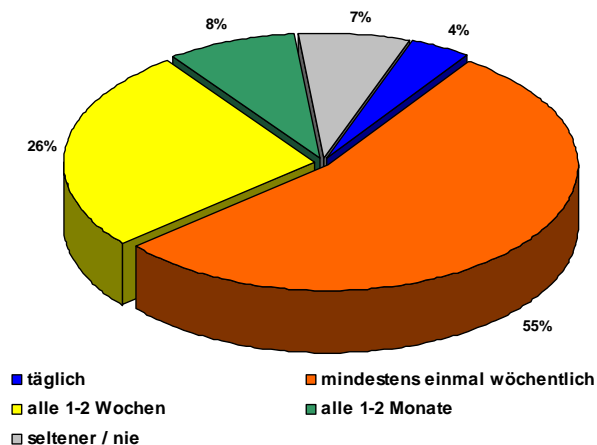
Anzahl der Nennungen = 307



Mit 66 % der Nennungen schätzen die Befragten die fußläufige Erreichbarkeit als wichtiges Qualitätskriterium des Einkaufszentrums noch vor der PKW-Nutzung ein.

**Wie oft fahren Sie zum Einkauf an andere Standorte?**

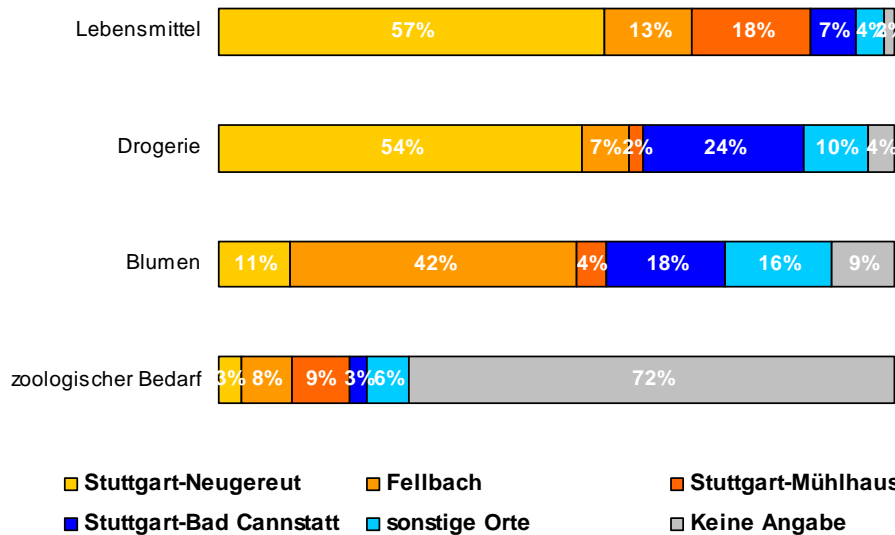
Anzahl der Nennungen = 307



Ein geringer Anteil der Befragten fährt täglich an andere Standorte.

## Wo kaufen Sie die folgenden Waren bevorzugt ein?

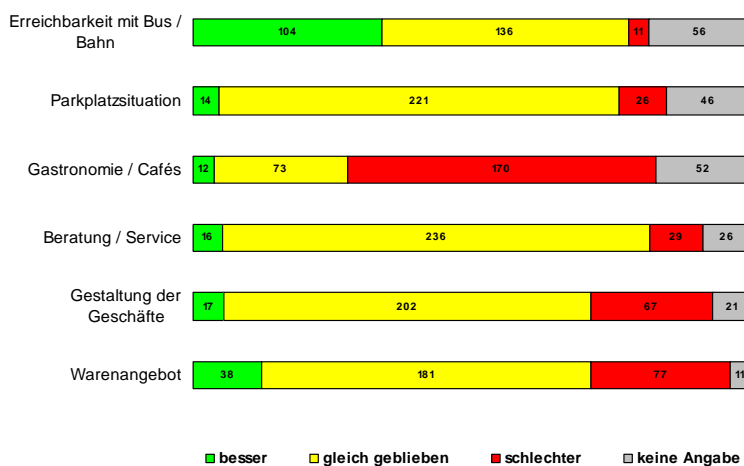
Anzahl der Nennungen = 307



In den Bereichen Lebensmittel und Drogerie ist eine hohe Bindung an das Einkaufszentrum vorhanden. Alle anderen Segmente werden mehrheitlich an anderen Standorten eingekauft.

## Welche positiven oder negativen Veränderungen sind Ihnen in den vergangenen Jahren in Stuttgart Neugereut aufgefallen?

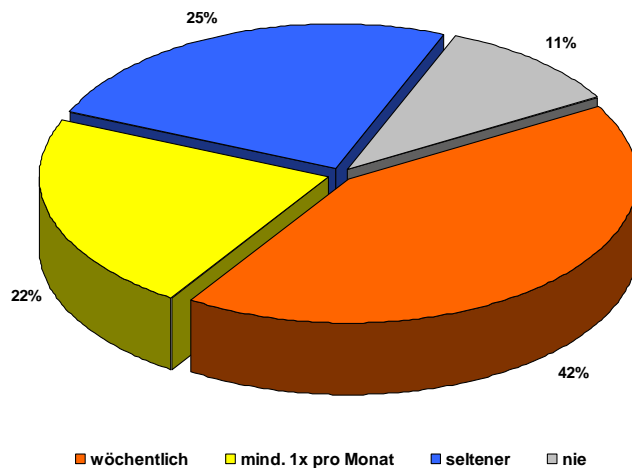
Anzahl der Nennungen = 307



Viele Bereiche sind nach Meinung der Befragten gleich geblieben. Der Bereich der Gastronomie hat deutlich nachgelassen, während sich die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV nach Meinung der Befragten verbessert hat.

### Wie oft nehmen Sie den Wochenmarkt in Anspruch?

Anzahl der Nennungen = 307



Der Wochenmarkt findet jeden Samstagvormittag statt und wird gut angenommen. Eine stärkere Profilierung des Marktes als Frequenzbringer kann zur besseren Einbindung der Nutzung in das Stadtleben führen.

### Ergänzende Anregungen

Abschließend wurden die Befragten noch zu ihren Anregungen hinsichtlich zusätzlicher Angebote bzw. Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung des Einkaufszentrums interviewt. Diese lassen sich **schwerpunktmäßig** wie folgt zusammenfassen:

- Einrichtung eines gutbürgerlichen Restaurants / Gaststätte sowie eines Cafés / Bistro (v. a. Tagesgastronomie)
- Sortimentsergänzungen insbesondere aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich (z. B. Bekleidung, Schuhe, aber auch Drogeriewaren)
- Hinsichtlich möglicher verkehrlicher Kriterien wurde insbesondere das Parkplatzthema angesprochen (mehr Parkplätze, breitere Stellplätze, Parkraum- und Nahverkehrsüberwachung). Dieser Aspekt fiel mit ca. 61 Nennungen jedoch relativ gering aus.
- Insgesamt wurden zum Thema „Gestaltung des Ladenzentrums“ 136 Nennungen angeführt. Allem voran standen Maßnahmen zur freundlicheren Vor-Ort-Gestaltung,

mehr Grün, Pflanzen und Bäume sowie letztlich die architektonische Aufwertung mit einem durchgängigen Gestaltungsprinzip.

- Hinsichtlich der Anregung zur Aufwertung der inneren Erschließung wurde das Thema „ganztätig betriebene (bis Geschäftsschluss)“ sowie eine „in beide Richtungen bedienbare Rolltreppe“ angeregt.
- Mit knapp 290 Nennungen maßen die Befragten dem Thema „Sicherheit, Sauberkeit usw.“ eine sehr hohe Bedeutung zu. Die Einrichtung einer öffentlichen Toilette stand dabei auf Platz 1 der Rangliste, gefolgt von Maßnahmen zur Erhaltung und Erhöhung der Sauberkeit und Sicherheit.

Die gesamte Auswertung zur Bürger- bzw. Kundenbefragung kann im Internet unter „[www.stuttgart-neugereut.de](http://www.stuttgart-neugereut.de)“ nachgelesen werden.

## **2.3 Städtebauliche Rahmenbedingungen**

### **2.3.1 Gesamterscheinungsbild, Konzeption des Einkaufszentrums**

Das Einkaufszentrum ist durch eine zweigeschossige Bauweise geprägt. Nach wie vor fehlt eine einheitliche Außendarstellung des Gesamtkomplexes, was sich letztlich auch in unterschiedlichen baulichen Konzeption wiederfindet. Hierbei sind insbesondere folgende Themen anzusprechen:

- Namensgebung (Einkaufszentrum, Kaufzentrum, Ladenzentrum)
- werbliche Darstellung
- Begrünung / Bepflanzung
- uneinheitliche Überdachungen
- Farbkonzept der Gebäudekomplexe





Stark unterschiedliche Bewerbung der Flächen – eine Frage des Bauabschnitts = das trägt nicht zur einheitlichen Präsentation der Gesamtanlage bei

Die **unterschiedlichen Eigentumsformen** der drei zeitlich versetzt entwickelten Bauabschnitte haben eine einheitliche Entwicklung des Gesamtkomplexes verhindert, da die differenzierte eigentumsrechtliche Handhabung der einzelnen Bauabschnitten einer gemeinsamen Außenpräsentation des Gesamtkomplexes entgegenstand. Die eigentumsrechtliche Situation lässt sich wie folgt beschreiben:

- **1. Bauabschnitt (Flamingoweg 8 bis 20)**, Abschnitt Landesbank – Drogerie Schlecker: Dieser Bereich wird in Form von Einzeleigentum geführt. Jeder Eigentümer ist für seinen eigenen Bereich zuständig und kann individuell über Erscheinungsbild, Fassadengestaltung usw. weitestgehend selbst entscheiden.



1. Bauabschnitt, Bereich Flamingoweg 20

Hier dominiert im Außenbereich der öffentliche Raum mit einem weitgehend erneuerten Fußbodenbelag. Die Teilüberdachung wirkt stark überholungsbedürftig.

- **2. Bauabschnitt (Flamingoweg 1 bis 3, „grüner Anstrich“)**, Bereich zwischen Drogerie Schlecker – Bräustüble: Dieser für das Gesamtzentrum farblich dominierende Bauabschnitt wird in Form einer Eigentümergemeinschaft von insgesamt ca.



2. Bauabschnitt: „die Grünen“, überdachte Fußgängermeile

30 Teileigentümer geführt. Aktuell sind lediglich drei Geschäfte in Eigentum. Als rechtliche Grundlage gilt das WEGesetz, was Beschlüsse zu baulichen Veränderungsmaßnahmen extrem erschwert.

- **3. Bauabschnitt (Flamingoweg 5, „weißer Anstrich“)**, Erweiterung im Bereich des AYK-Sonnenstudios: Dieser Komplex wird über eine Fondsgesellschaft



3. Bauabschnitt: „die Weißen“

organisiert. Damit besteht grundsätzlich ein äußerst geringes Engagement bzw. Interesse an den Einzelvorgängen im Zentrum. Betreut wird der Bereich über die GVV Verwaltungs-mbH

Bislang konnten die unterschiedlichen Interessen, deren Ursprung in der unterschiedlichen rechtlichen Handhabung der jeweiligen Bauabschnitte liegen, konnten selbst bei den grundlegenden Themen wie Begrifflichkeit und Hinführung zum Zentrum nicht überwunden werden. Eine bessere Präsentation der Gesamtlage würde folgende Themen schwerpunktmäßig umfassen:

- einheitliche Begrifflichkeit (Kaufcenter, Einkaufszentrum, Ladenzentrum o. ä.)
- einheitliches Farb- und Beleuchtungskonzept
- gemeinsames Gestaltungskonzept der Außenbereiche

- Vereinheitlichung der werblichen Darstellung
- ein gemeinsamer Ansprechpartner für das „Tagesgeschäft“ (hier insbesondere Themen: Aufzug, Sauberkeit usw.).

In den vergangenen Jahren wurde seitens der Stadt Stuttgart, ausgehend von der Gesamtsanierung 1996, immer wieder eine Verbesserung der Gesamtsituation angestrebt. Dabei konzentrierten sich die Maßnahmen naturgemäß schwerpunktmäßig auf den öffentlichen Raum (hier Fußgängerzone, Marktbereich mit angrenzenden Erschließungen).

### 2.3.2 Erreichbarkeit

Die Erreichbarkeit des Einkaufszentrums mit dem **Pkw** ist grundsätzlich als gut zu bezeichnen. Ebenso stellt sich die Parkierungssituation aktuell noch als ausreichend und gut dar. Die Parkplätze sind kostenfrei und direkt den Ladengeschäften zugeordnet. Allerdings sind die jeweiligen Parktaschen an die heutigen Anforderungen anzupassen (vgl. auch Ergebnisse der Bürgerbefragung).

Auch die **fußläufige Erreichbarkeit** des Einkaufszentrums ist von allen Bereichen des Stadtteils Neugereut aus prinzipiell als gut und ausreichend einzuordnen. Problematisch stellt sich jedoch die innere Erschließung des Einkaufszentrums aufgrund seiner Zweigeschossigkeit dar. Die einzigen „mechanischen Aufstiegshilfen“ (= Rolltreppe und Aufzug) sind in ihrem aktuellen Zustand unzuverlässig, wenig einladend und nicht ausreichend um z. B. die barrierefreie Erschließung zum Einkaufszentrum im Anschluss an den Fußgängersteg sicherzustellen.



Eingangssituation EKZ: Flamingoweg 1:  
Visitenkarte der Lage



„Aufstiegshilfe“ und Eingangssituation:  
hier kommen alle durch



Ebenerdig und barrierefrei bis zum EKZ,  
und dann?

### 2.3.3 Erscheinungsbild bzw. Warenpräsentation der Geschäfte

Grundsätzlich sollte die Schaufenstergestaltung der Vermittlung eines ersten Eindrucks des Geschäftes bzw. des Sortiments (= Hingucker) dienen. Diese Kriterien werden in Neugereut nur in Teilen erfüllt.



Der Vorbereich eines Geschäftes ist die Visiten-  
karte



Schaufenstergestaltung soll Lust auf den Besuch  
des Geschäftes machen

Sowohl durch ungeputzte und als auch durch zugestellte Schaufenster werden Einblicke in die Geschäfte verhindert. Zusätzlich wirkt sich dieser optische Eindruck negativ auf das Gesamterscheinungsbild des Zentrums aus.



### 2.3.4 Öffentlicher Raum / Qualität

Eine Möblierung mit Sitzelementen im Einkaufszentrum ist vorhanden. Allerdings entspricht auch diese nicht mehr den zeitgemäßen Anforderungen. Insgesamt bietet der



Auch intakte und allgemein zugängliche Spielflächen tragen zur Aufenthaltsqualität bei

Fußgängerbereich aktuell keinen Raum mit Aufenthaltsqualität (v. a. für Familien bzw. Kinder). In diesem Zusammenhang wird gutachterlicherseits die Erarbeitung und Umsetzung eines städtebaulichen Konzepts zur Aufwertung der Aufenthaltsqualität dringend empfohlen.

Des Weiteren trägt das Thema „Vermüllung“ zur deutlichen Abwertung der Aufenthaltsqualität und damit der „Standortminderung“ der Handelsunternehmen bei.



Schmuddelecken sollten angesprochen werden



Mülleimer – wichtiges Möblierungsthema

### 2.3.5 Fluktuation / Leerstände

Ein weiteres dominierendes Thema für das Einkaufszentrum Neugereut stellt die aktuell hohe Fluktuation bzw. Leerstandsquote dar. Davon ist aktuell insbesondere der 2. Bauabschnitt betroffen.



Suche nach Zwischendekoration



Leere Schaufenster = „tote Löcher – klagen an“

Neben grundsätzlich strukturellen Maßnahmen sind als Übergangslösung „charmantere Ansätze“ anzustreben (Zwischenvermietung, Öffnen der Schaufensterfronten).

## 2.4 Nachfragebezogene Rahmenbedingungen

Zur möglichen Weiterentwicklung des Handelsstandortes Neugereut ist auch die handelsrelevante Nachfrage im Untersuchungsraum zu ermitteln. Nach wie vor ist für den Handelsstandort Neugereut als potenzielles Einzugsgebiet der Stadtteil Neugereut selbst sowie in Teilen die angrenzenden Stadtteile Steinhaldenfeld und Hofen bestimmend. Aktuell leben knapp 16.000 Einwohner im relevanten Marktgebiet, wovon ca. 8.260 Einwohner (= 52 %) auf Neugereut selbst entfallen (= Zone I). Die Zone II (Steinhaldenfeld und Hofen) ist als erweitertes Marktgebiet zu bezeichnen. Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** beläuft sich aktuell auf ca. 84 Mio. €, aufgeteilt auf:

- Stadtteil Neugereut: ca. 43,5 Mio. €
- Stadtteile Steinhaldenfeld, Hofen: ca. 40,6 Mio. €

Auf den **Nahrungs- und Genussmittelbereich** entfallen ca. 28,6 Mio. €:

- Stadtteil Neugereut: ca. 14,8 Mio. €
- Stadtteile Steinhaldenfeld und Hofen: ca. 13,8 Mio. €



Die Bedeutung des Handelsstandortes Neugereut für den Stadtteil selbst, kann über die Zentralität<sup>1</sup> bestimmt werden. Diese liegt über den gesamten Handel betrachtet aktuell bei ca. 27 – 28 %. Im Nahrungs- und Genussmittelsektor beläuft sich die Zentralität auf ca. 51 – 52 %. Im Zeitvergleich 1999 – 2010 ist die Zentralität insgesamt von damals 30 – 31 % auf heute 27 – 28 % leicht gesunken. Dies gilt auch für den Nahrungs- und Genussmittelsektor, wo die Zentralität um ca. 3 – 4 %-Punkte sank.

---

<sup>1</sup> Zentralität = Umsatz-Kaufkraft-Relation



### 3. Stärken-Schwächen-Profil

Um zielgerichtete und situationsbezogene Maßnahmen für das Neugereuter Einkaufszentrum zu entwickeln, war auf Grundlage der gutachterlich erarbeiteten Ergebnisse sowie der Ergebnisse der Bürgerbefragung und der Befragung der Händler, Dienstleister, Ärzte und Gastronomen im Einkaufszentrum eine vertiefte Analyse der Ausgangssituation erforderlich. Dazu wurde im Rahmen des projektbegleitenden Arbeitskreises „Städtebau und Handel“ (AK 4) ein Stärken-Schwächen-Profil erarbeitet. Dieses stellt die wesentlichen Handlungsfelder dar.

Nachfolgend werden die gesammelten spezifischen Stärken und Schwächen Neugereuts nach Themenfeldern differenziert dargestellt.

**Abbildung 3: Stärken-Schwächen-Profil**

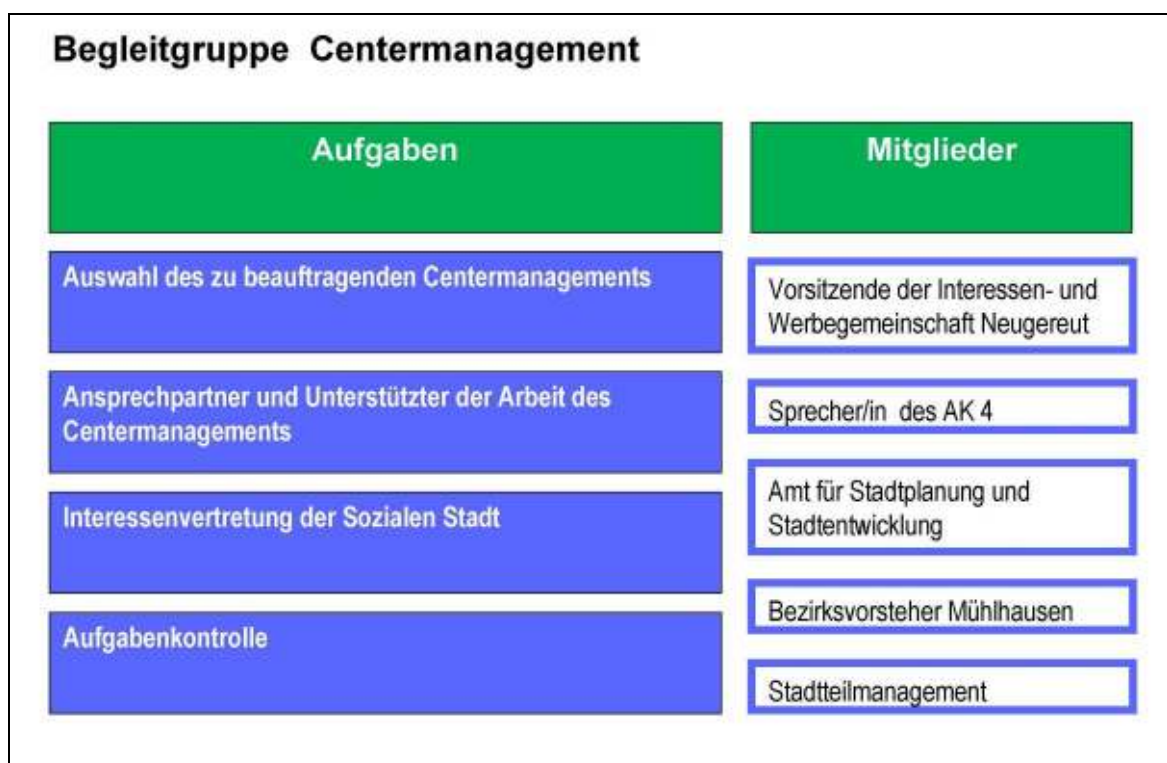
<b>Stärken</b>		<b>Schwächen</b>	
<b>Allgemeine Rahmenbedingungen</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ kompaktes Einkaufszentrum</li> <li>+ stabiles Kaufkraftniveau (Nähe zu Schulen, Kiga, Seniorenheim)</li> <li>+ hohe Identifikation der Bürger mit ihrem Stadtteil</li> <li>+ zentrale Lage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– z. T. starker Wettbewerb im Umfeld</li> </ul>		
<b>Verkehrliche Rahmenbedingungen</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ gute Anbindung</li> <li>+ kostenfreies Parken</li> <li>+ kompaktes Zentrum</li> <li>+ ÖPNV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– z. T. fehlende Kundenhinführung (uneinheitliche Beschilderung)</li> <li>– z. T. fehlende Wartung der Rolltreppe / Aufzüge; zeitliche Engpässe</li> </ul>		
<b>Angebot / Ausstattung / Einzelhandelsstruktur</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ stabile Nahversorgungssituation (Lebensmittelvollsortimenter, -discounter, Handwerk)</li> <li>+ z. T. hohes Niveau des Fachhandels (z. B. Optiker)</li> <li>+ gutes Angebot an Dienstleistungen und gesundheitsorientierten Angeboten (Fach-)Ärzte, Physio etc.</li> <li>+ regelmäßig stattfindender Wochenmarkt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– geringe Betriebsgrößen und kleinteilige Angebotsstrukturen im Zentrum (kaum Entwicklungsmöglichkeiten aufgrund von Flächenrestriktionen)</li> <li>– keine Tagesgastro, gutbürgerliches Restaurant</li> <li>– zu wenig Fachhandel (z. B. Schuhe, (Kinder-)Bekleidung, Elektro etc.)</li> <li>– Leerstände und hohe Fluktuation</li> <li>– mangelnde Beratungs- und Serviceorientierung des Einzelhandels</li> </ul>		

<b>Stadtraumgestaltung / Erscheinungsbild / Aufenthaltsqualität</b>	
<p><b>+</b> kurze Wege, kompaktes Zentrum, Kommunikationsraum</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 3 Bauabschnitte mit jeweils unterschiedlichen eigentumsrechtlichen Formen = uneinheitliche Präsentation</li> <li>– veraltetes, unattraktives Gesamterscheinungsbild (dunkel)</li> <li>– fehlende Sauberkeit / Vandalismus</li> <li>– unattraktive Verweilzonen für Kinder (z. B. Spielmöglichkeiten)</li> <li>– Zweigeschossigkeit</li> <li>– Abwärtsspirale (Leerstände, Fehlnutzungen)</li> </ul>
<b>Absatzpolitik und Sonstiges</b>	
<p><b>+</b> bestehende Kommunikationsstrukturen</p> <p><b>+</b> traditionell hohes Bürgerengagement</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– geringes Engagement des Handels</li> <li>– z. T. wenig ansprechende Schaufenstergestaltung</li> <li>– fehlende Zusammenarbeit / -halt der Händler</li> <li>– kein gemeinsamer Ansprechpartner („Kümmerer“)</li> </ul>
<p>Quelle: GMA-Zusammenstellung auf Basis der Bürger- und Händlerbefragung und der Workshops in Neugereut.</p>	

#### 4. Ziel- und Maßnahmenkatalog

Die nachfolgenden Ziele und Maßnahmen wurden im Rahmen der Workshops gemeinsam mit den Akteuren vor Ort erarbeitet. Sie sind als Vorschläge aufzufassen, die auf Basis der umfangreichen Sammlung und Diskussion der Stärken / Schwächen sowie der Maßnahmen zusammengestellt wurden. Diese sind im weiteren Prozess kontinuierlich zu ergänzen.

Am Umsetzungsprozess sind neben der Stadt Stuttgart und den Bürgern v. a. Gewerbetreibende, HGV und Eigentümer zu beteiligen. Dazu ist eine geeignete Organisationsform zu entwickeln (z. B. Begleitgruppe Centermanagement).



Nicht alle Ansatzpunkte für eine Weiterentwicklung des Einkaufszentrums konnten im Rahmen der Sitzungen des Arbeitskreises hinreichend vertieft werden. Daher enthält der Katalog auch einzelne Punkte, die noch nicht im Sinne konkreter Maßnahmen formuliert sind und für die zukünftig noch geeignete Herangehensweisen entwickelt werden müssen.



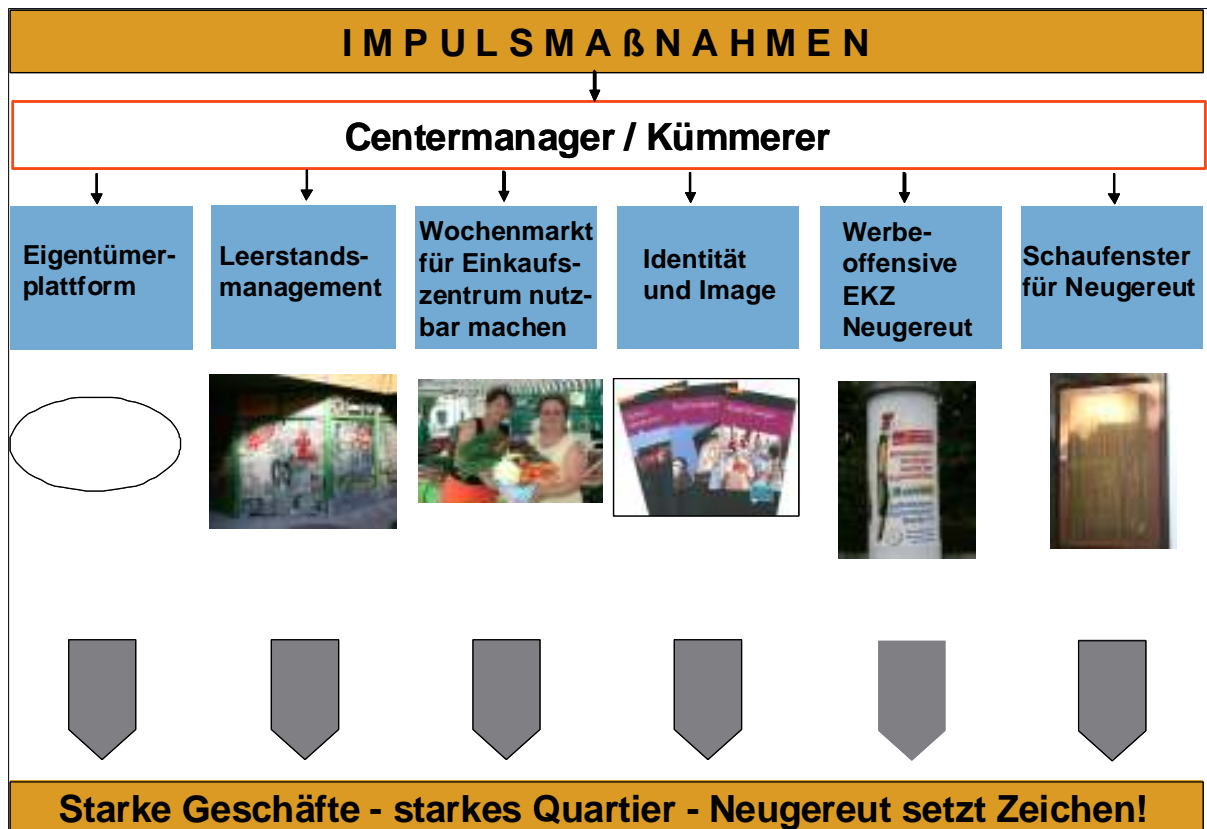
Als **Aufgabenschwerpunkte** für die Stabilisierung des Einkaufszentrums zeichnen sich als Ergebnis der Arbeitskreissitzungen mehrere Themenbereiche ab. Dies sind im Einzelnen:

- die Verbesserung der Präsentation des Einkaufszentrums als Gesamtlage
- die Verbesserung der Zugänglichkeit
- die Entwicklung des Einkaufszentrums Neugereut zu einem erlebnisorientierten Kommunikationsraum mit Aufenthaltsqualität (z. B. Café, Veranstaltungen)
- konsequentes Marketing und Außengestaltung attraktiver Neuansiedlungen im Einkaufszentrum.

## 5. Impulsmaßnahmen

Zunächst ist grundsätzlich anzumerken, dass es zur **langfristigen** Sicherung der Wirtschaftlichkeit des Nahversorgungsstandortes einer umfassenden städtebaulichen Neustrukturierung des Einkaufszentrums bedarf. Hierzu wären die Eigentumsstrukturen aufzulösen, um die Grundlage für eine einheitliche Entwicklung und Management des Standortes „aus einer Hand“ zu ermöglichen. Anzustreben wäre eine eingeschossige Handelsentwicklung (Stichwort: Erreichbarkeit, Übersichtlichkeit) bei einem entwickelbaren und flexiblen Größen- und Branchenkonzept. Dies gilt als langfristige Aufgabe zur nachhaltigen Sicherung der Nahversorgungsstandorte für den Stadtteil Neugereut.

Abbildung 4: Impulsmaßnahmen



Um einem weiteren Qualitätsverlust des Standortes entgegenzuwirken, wurden sog. „Impulsmaßnahmen“ abgeleitet und mit den Arbeitskreisteilnehmern diskutiert. Dabei handelt es sich um **kurz- bis mittelfristig umsetzbare Maßnahmen**, die geeignet sind, dem Einkaufszentrum entscheidende „Entwicklungsimpulse“, mit dem Ziel, die Abwärts-

spirale zu verlangsamen, zu geben (z. B. Verbesserung der Kommunikation und des Erscheinungsbildes, einheitliche Präsentation, Sauberkeit, Erreichbarkeit, Angebot). Ziel ist es, die Abwärtsspirale zu verlangsamen, die hohe Fluktuation der Geschäfte einzudämmen, die Attraktivität des Nahversorgungsstandortes zu erhöhen

Durch ihren öffentlichkeitswirksamen Charakter können die umsetzungsorientierten „Impulsmaßnahmen“ die Wahrnehmung des Einkaufszentrums insgesamt bei Bürgern und Besuchern nachhaltig verbessern. Anhand solcher Referenzen kann anschließend auch der Schwung im Entwicklungsprozess aufrecht erhalten werden, sodass sich auch für weitergehende Projekte gute Umsetzungsperspektiven eröffnen sollten. Die „Impulsmaßnahmen“ sind der folgenden Übersicht zu entnehmen und bestehen im Wesentlichen aus den Punkten:

- Schaffung einer Eigentümerplattform
- Leerstandsmanagement
- Formulierung und Umsetzung des Begriffs „Identität und Image“
- Werbeoffensive EKZ Neugereut
- Wochenmarkt für das Einkaufszentrum nutzbar machen
- Schaufenster für Neugereut

## 6. Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgung im Einkaufszentrum Neugereut

Folgende Schritte wurden zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts festgelegt:

- **Beschluss** des Einzelhandelskonzepts als Grundlage zur Sicherung des Einkaufszentrums Neugereut im Bürgerforum
- eine umfassende **Öffentlichkeitsarbeit** zu den Impulsmaßnahmen, auch zur Motivation weiterer Akteure für eine aktive Mitarbeit an der Entwicklung. Hierzu ist eine erste Veranstaltung im März vorgesehen („Händlerforum“)
- die dauerhafte **Etablierung einer organisierten Interessensgemeinschaft**, die das Engagement aller relevanten Akteure (Verwaltung, Gewerbetreibende, Immobilieneigentümer) bündelt
- Zeitnahes Engagement eines „**Kümmers**“ (= „**Centermanagement**“), der die ersten zwei Jahre die Koordination der Maßnahmen übernimmt (ca. 1 – 1,5 Tage / Woche). Zum 1. Juni 2011 erfolgte die Beauftragung einer Centermanagerin.
- Einleitung des **Themas „Eigentümerplattform“**
- die **zeitnahe Umsetzung der Impulsmaßnahme „Identität und Image“** aufgrund ihres Schlüsselcharakters für weitere Maßnahmen
- die **Umsetzung und Einleitung der übrigen Impulsmaßnahmen**
- die **Vorbereitung zur Umsetzung weiterer Maßnahmen** i. S. einer konzeptionellen Ausformung der übrigen im Prozess entwickelten Maßnahmen
- die **kontinuierliche Überprüfung und Weiterentwicklung des Maßnahmenkatalogs** durch o. g. Interessensgemeinschaft sowie die kontinuierliche Umsetzung der darin enthaltenen Maßnahmen (= Evaluierung)
- eine **intensive Öffentlichkeitsarbeit** zur verbesserten Akzeptanz von Maßnahmen in der Bevölkerung sowie zur Motivationssteigerung der Mitwirkenden.

Das Einkaufszentrum Neugereut kann im derzeitigen baulichen und funktionalen Bestand nicht an die Erfordernisse eines modernen, flexiblen Einkaufszentrums angepasst werden. Eine langfristige Sicherung des Nahversorgungsstandortes in Neugereut würde letztlich eine umfassende städtebauliche Neustrukturierung erfordern.





Da dies jedoch auf absehbare Zeit, auf Grund der gesplitteten Eigentumsverhältnisse nicht in Erwägung gezogen werden kann, schlagen die Gutachter vor, kurzfristig durch Marketingmaßnahmen und den Einsatz eines Centermanagements eine Stabilisierung der Geschäftslage im Bestand einzuleiten.

Aktuell konnte bereits die Beauftragung eines Centermanagements, gefördert durch die Soziale Stadt, zum 1. Juni 2011 umgesetzt werden.

## **KARTEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS**Seite

### **Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Abgrenzung Sanierungsgebiet	3
Karte 2:	Lage des Stadtteils Neugereut und Wettbewerbssituation	6
Karte 3:	Nutzungsstruktur 1. OG – Einkaufszentrum	9

### **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1:	Die Aufgabenstellung	4
Abbildung 2:	Verkaufsflächenausstattung Nahrungs- und Genussmittel (m <sup>2</sup> VK je 1.000 Einwohner)	10
Abbildung 3:	Stärken-Schwächen-Profil	27
Abbildung 4:	Impulsmaßnahmen	31