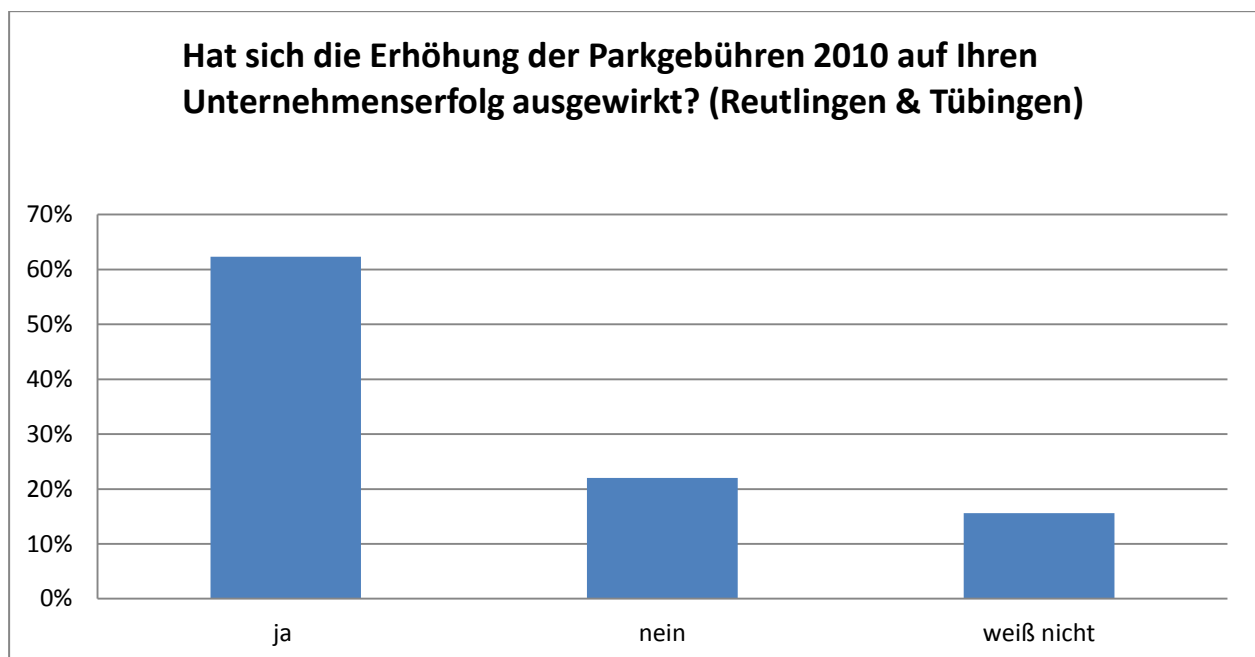


Untersuchung

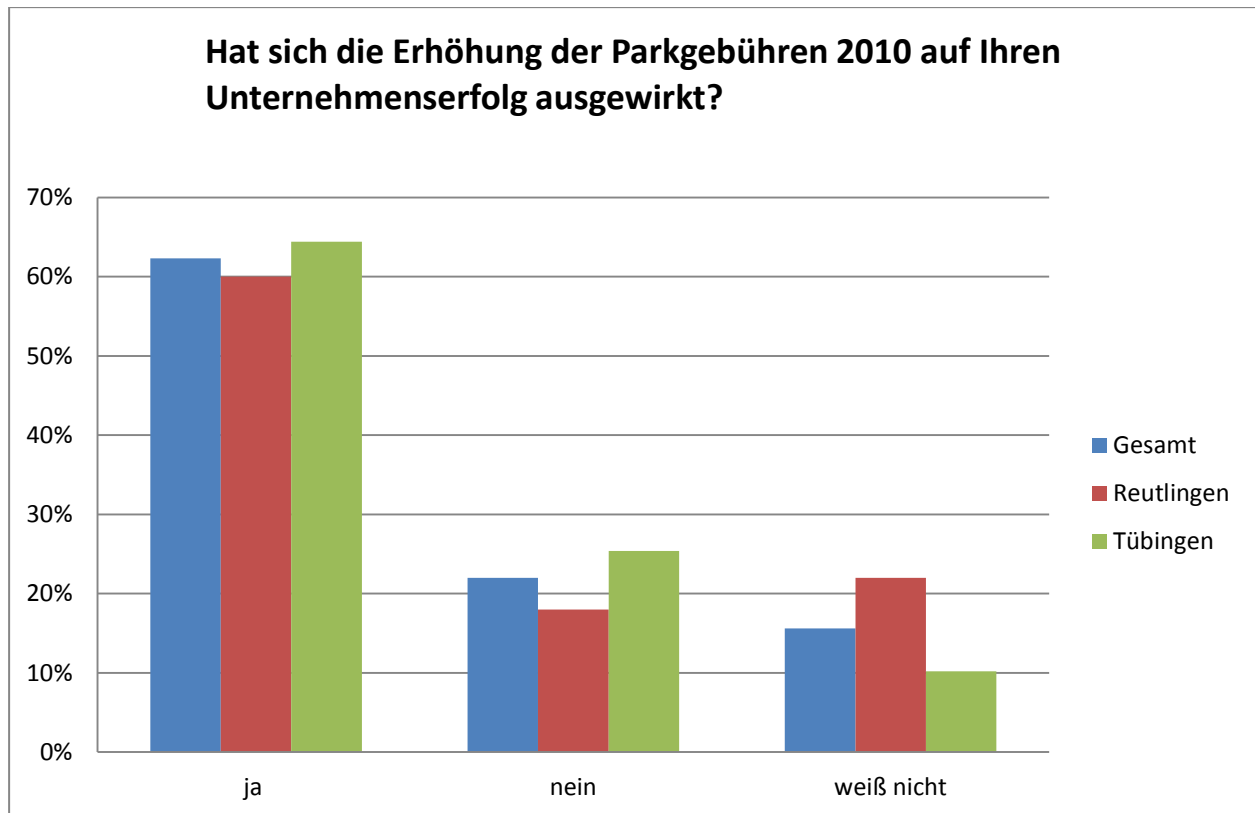
Welche Auswirkungen hat die Parkgebührenerhöhung aus dem Jahr 2010 auf den Reutlinger und Tübinger Einzelhandel?

Umfrage März / April 2013

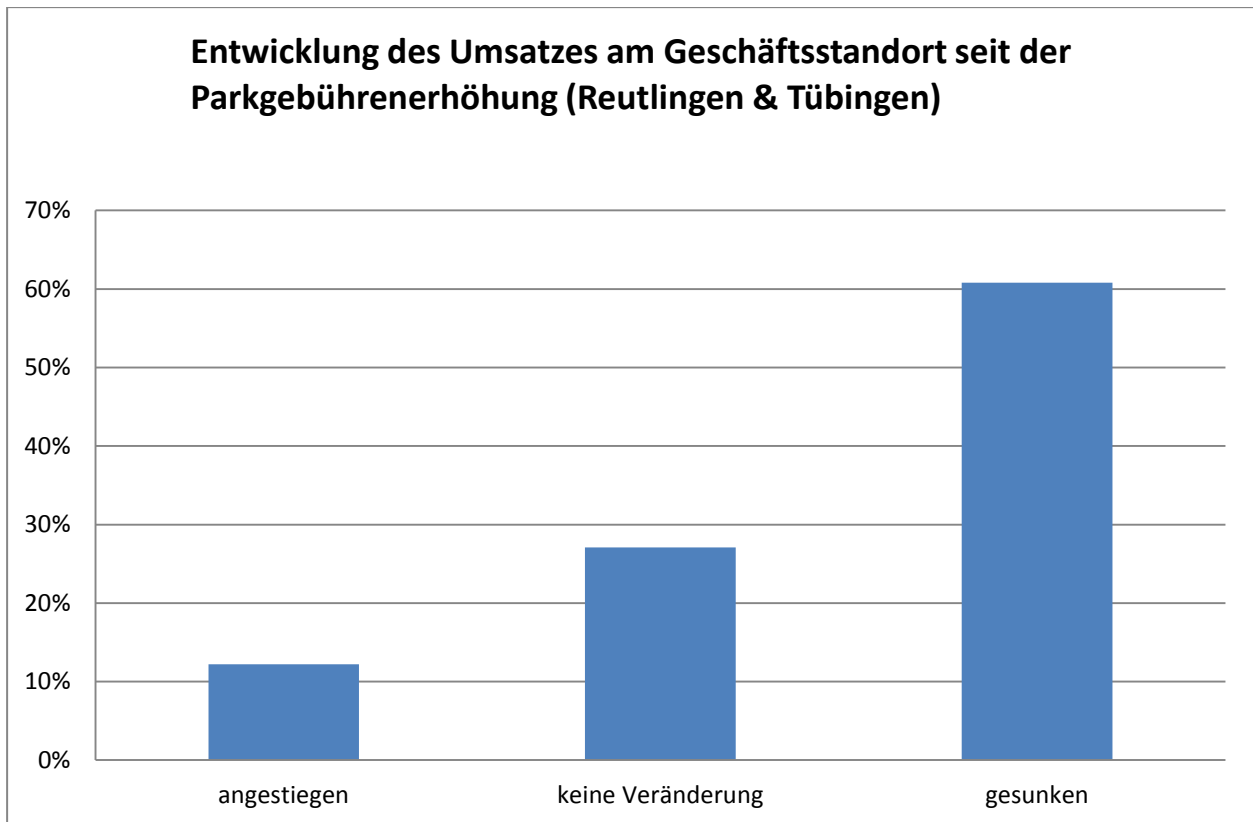
Ergebnisse



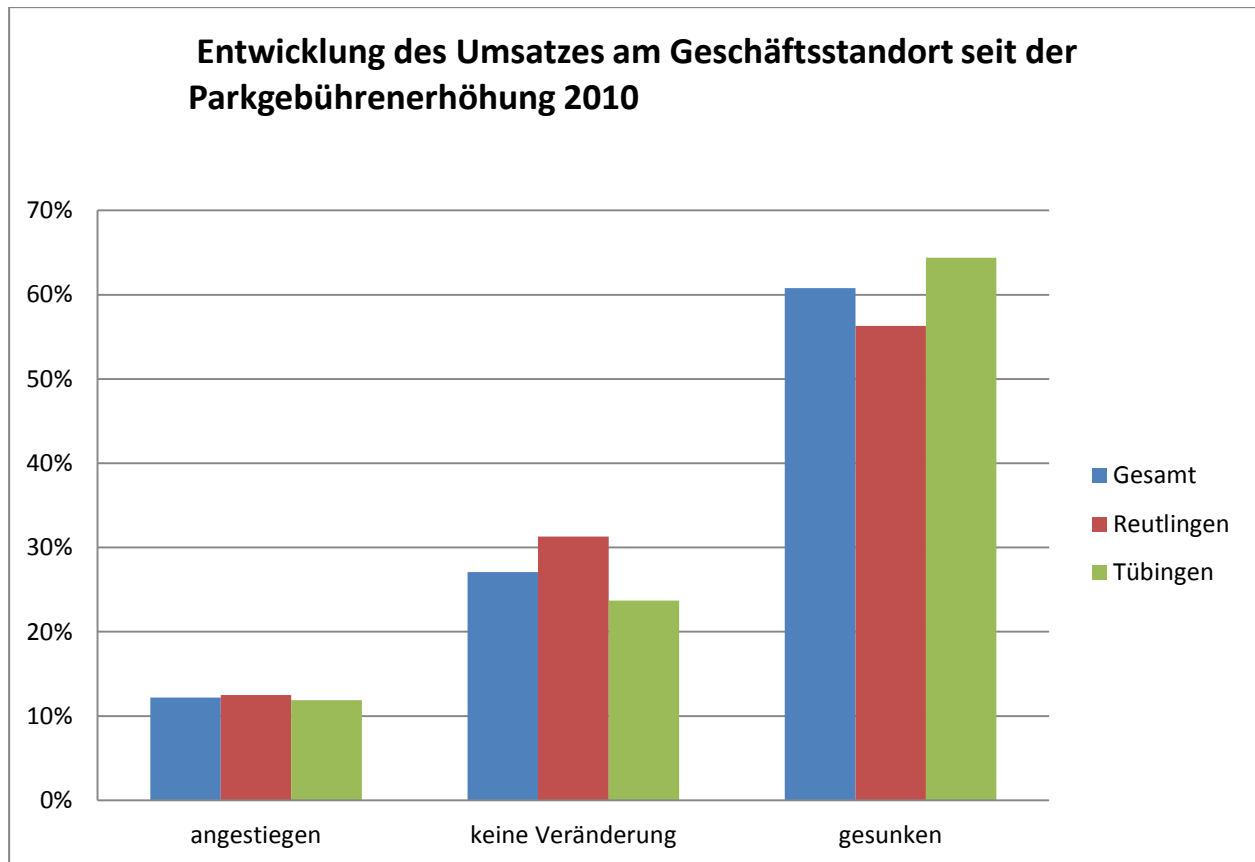
Über 60% aller befragten Unternehmen in den Innenstädten von Reutlingen und Tübingen geben an, dass sie grundsätzlich eine Auswirkung auf ihren Unternehmenserfolg durch die Parkgebührenerhöhung feststellen können. Mit einem eindeutigen „Nein“ antworten nur rund 20% der befragten Unternehmen.



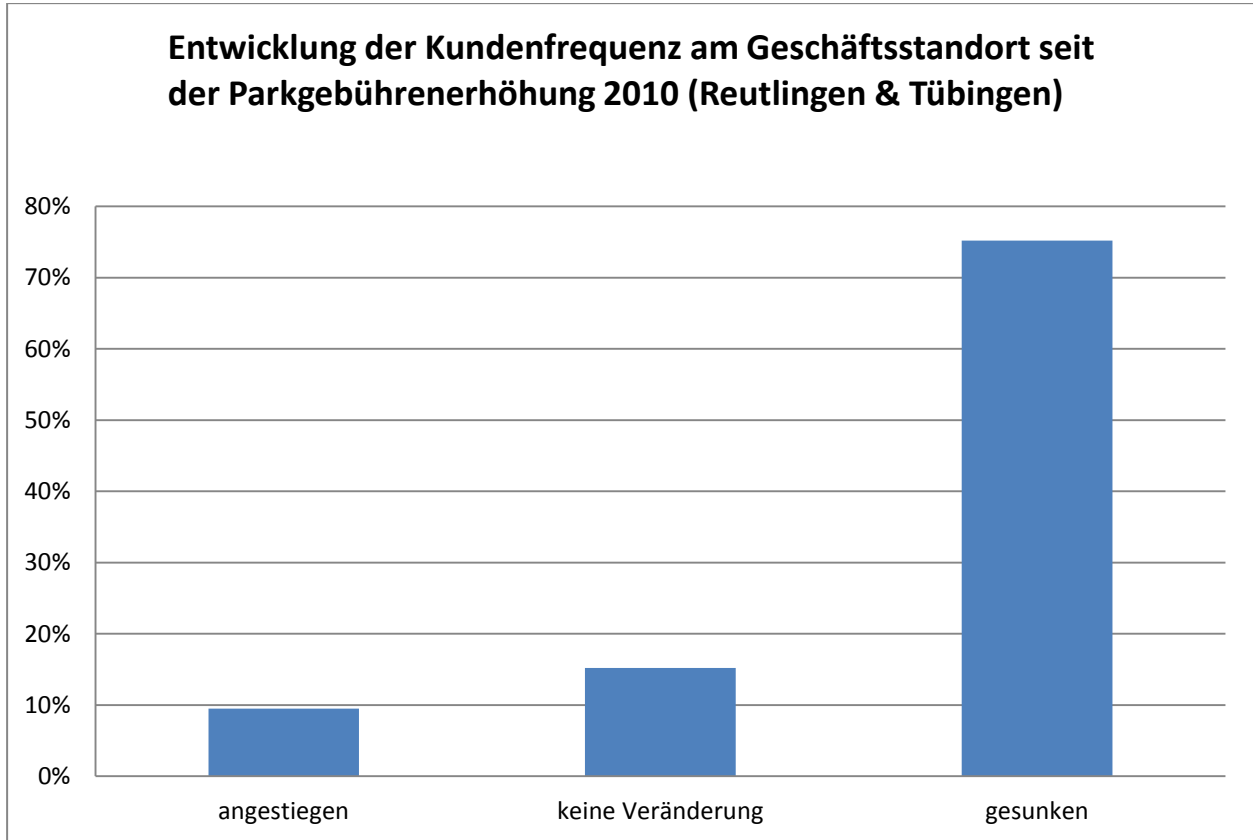
Die Analyse der Parkgebührenerhöhung in den einzelnen Städten zeigt, dass die Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg in Tübingen mit rund 64% etwas höher eingeschätzt werden als in Reutlingen mit 62%. Demgegenüber können über 25% der Unternehmerinnen und Unternehmer in Tübingen keinen direkten Zusammenhang zwischen der Erhöhung der Parkgebührenerhöhung feststellen, in Reutlingen sind dies dagegen nur 18%.



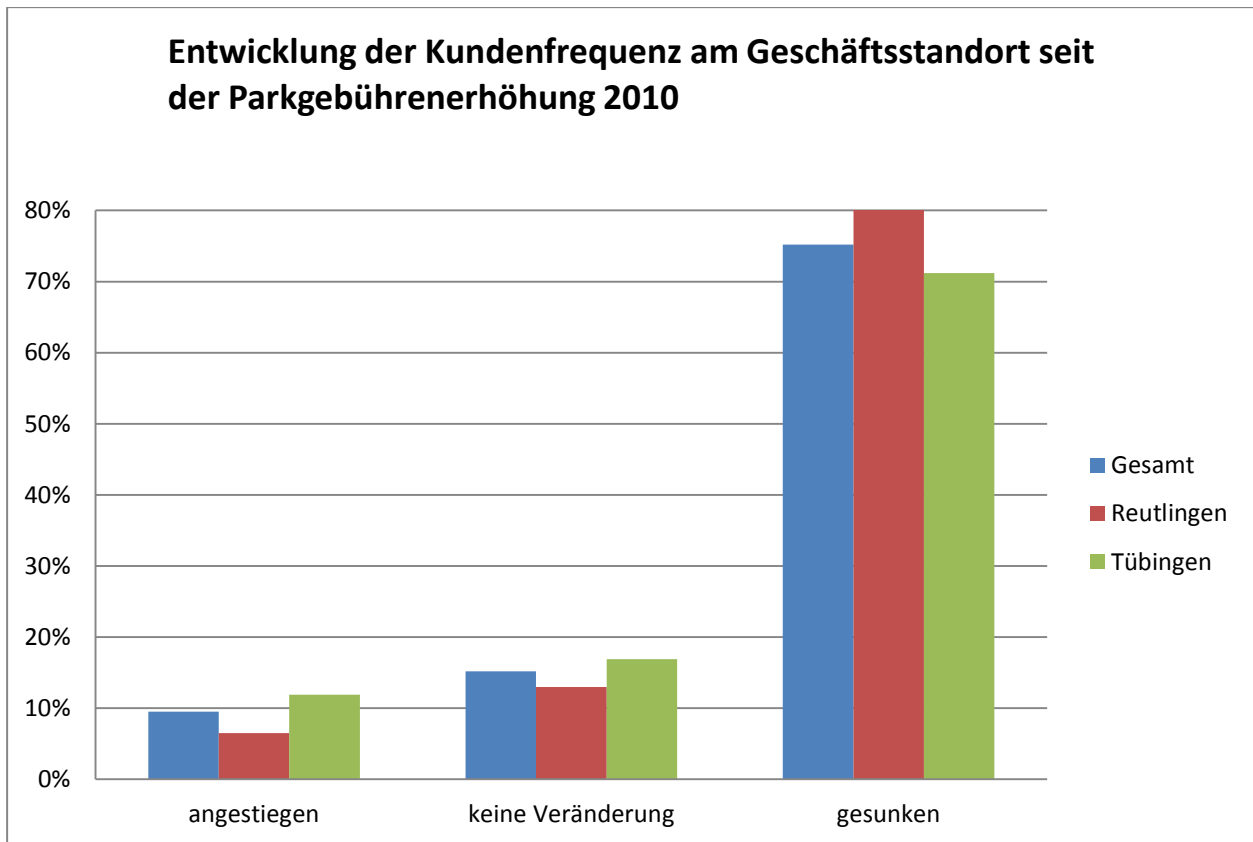
Bei rund 61% der Unternehmen in beiden Städten ist der Umsatz nach der Parkgebührenerhöhung gesunken, eine Erhöhung verzeichnen nur 10% der Unternehmen. Demgegenüber ist der Umsatz im deutschen Einzelhandel im Jahr 2010 um 2,0%, im Jahr 2011 um 2,6% und im Jahr 2012 um 1,6% gestiegen. Offensichtlich ist die Entwicklung zumindest bei den Unternehmen, die an der Befragung teilgenommen haben, gegenläufig zum bundesweiten Trend. Nach subjektiver Einschätzung scheint dies wesentlich an der Erhöhung der Parkgebühren und den damit einhergehenden Auswirkungen auf das Kundenverhalten zu liegen.



Umsatzrückgänge beklagen in Tübingen 64% der Unternehmen, in Reutlingen sind dies 56%. der Unternehmen. Bei nur etwa 10% der Unternehmen ist der Umsatz im Befragungszeitraum gestiegen, was wiederum eine gegenläufige Entwicklung zum bundesweiten Trend darstellt.

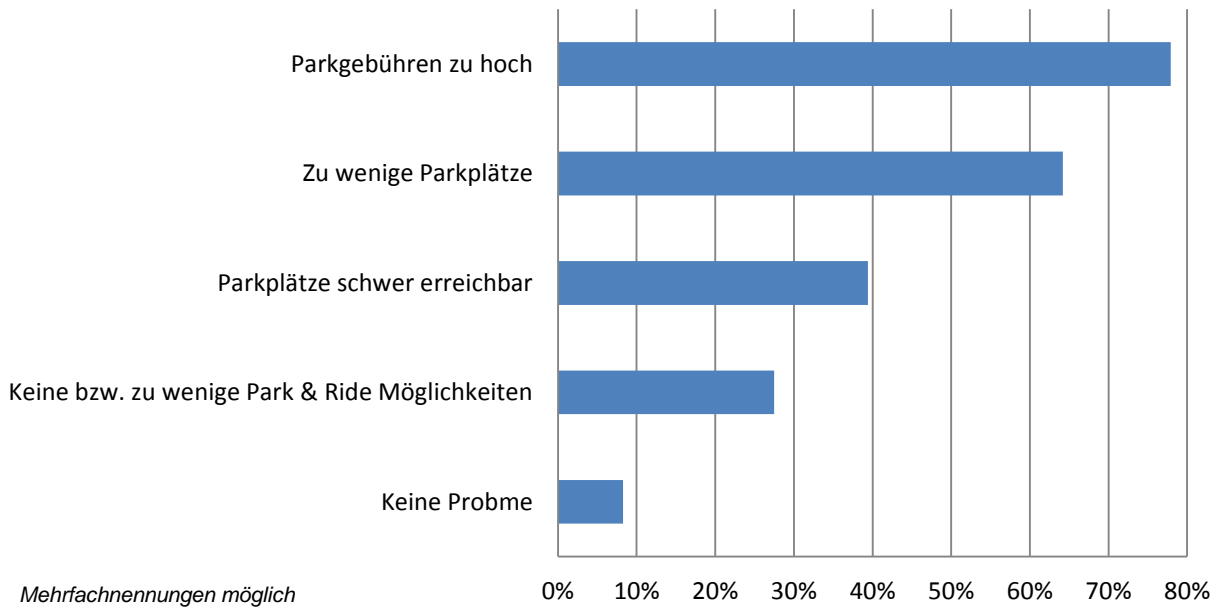


Die vorab bereits beschriebenen Umsatzrückgänge sind nach Einschätzung der Unternehmen im Wesentlichen auf Frequenzrückgänge zurück zu führen. Dies zeigen auch die Einzelantworten, die im Anhang aufgeführt sind. Es wird vermutet, dass aufgrund der gestiegenen Kosten für das Parken in anderen – günstigeren - Einzelhandelsstandorten oder im Internet eingekauft wird.

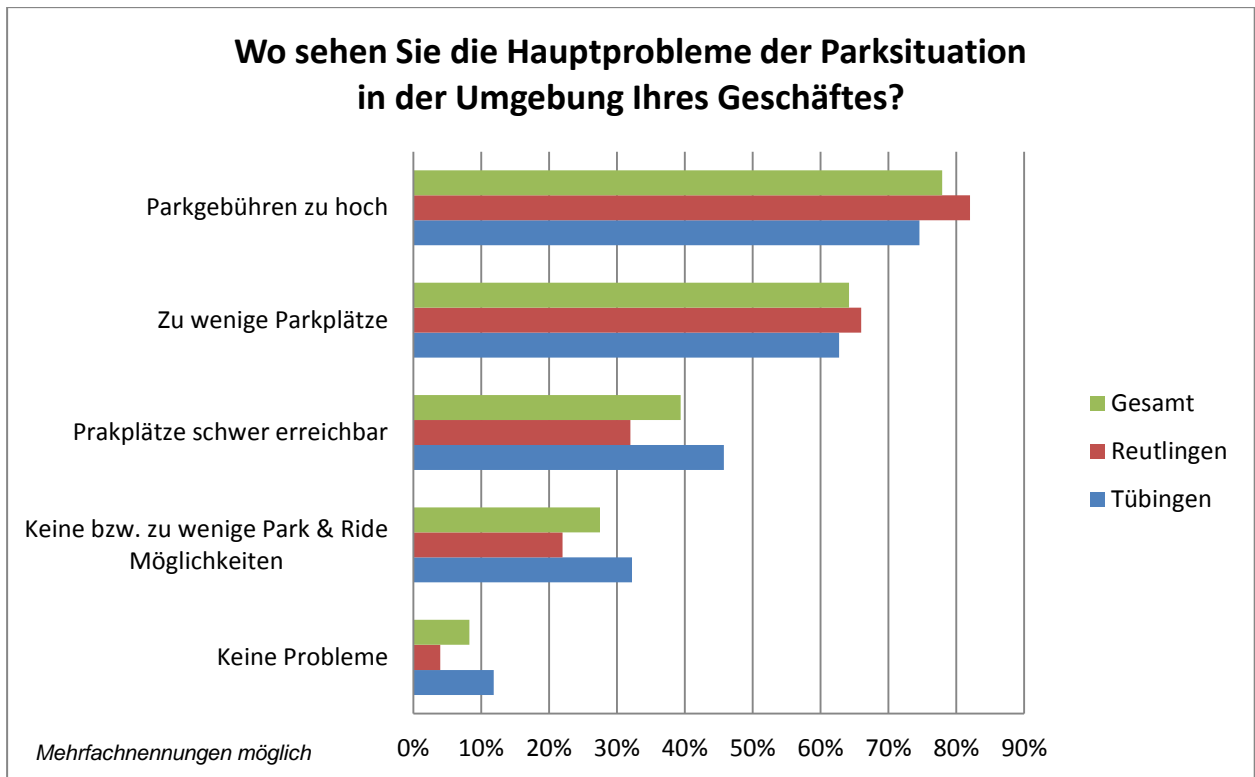


Im Vergleich ist der Rückgang der Kundenfrequenz in Reutlingen mit 80% noch deutlicher als in Tübingen mit 70%. Hier zeigt sich eine eindeutige Kundenreaktion auf die deutlich gestiegenen Parkgebühren. Zum einen gehen die Unternehmerinnen und Unternehmer von Ausweichreaktionen ihrer Kunden auf andere Einkaufsstätten und das Internet aus, zum anderen verkürzt sich die Aufenthaltsdauer der Kunden in der Stadt. Gerade die Aufenthaltsdauer hat aber eine positive Korrelation zu dem für den Handel wichtigen Bereich der Spontankäufe. Es steht zu vermuten, dass auch die Gastronomie in ähnlicher Weise von einer Verkürzung der Aufenthaltsdauer betroffen ist: wenn nicht gebummelt wird, werden auch weniger Cafés und Restaurants aufgesucht.

Wo sehen Sie die Hauptprobleme der Parksituation in der Umgebung Ihres Geschäftes? (Reutlingen & Tübingen)



Bei der Frage nach den direkten Auswirkungen auf das eigene Geschäft steht die Höhe der Parkgebühren mit rund 80% der Nennungen eindeutig auf Platz 1. Allerdings bemängeln noch rund 2/3 der Unternehmen, dass die Anzahl der Parkplätze zu gering sei. Das Thema der schweren Erreichbarkeit ist in Tübingen gravierender als in Reutlingen wie auch das folgende Chart zeigt.



In der Einzelbetrachtung zeigt sich, dass in Reutlingen die Erhöhung der Parkgebühren eine größere Auswirkung hat als in Tübingen, dort allerdings das Thema der schlechten Erreichbarkeit stärker gewichtet wird. Für die Unternehmerinnen und Unternehmer beider Städte ist die Anzahl der Innenstadtparkplätze zu gering.



Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Parkgebührenerhöhung nach Meinung der betroffenen Unternehmen deutliche Auswirkungen auf das Kundenverhalten und damit direkten Einfluss auf den Geschäftserfolg der Gewerbetreibenden in den Innenstädten hat. Über 60% der teilnehmenden Unternehmen mussten Umsatzrückgänge hinnehmen. Die Frequenzrückgänge liegen mit 70% in Tübingen und 80% in Reutlingen noch deutlich höher. Die Situation des stationären Einzelhandels – insbesondere des inhabergeführten Facheinzelhandels - ist seit Jahren geprägt von schwierigen Ertragsentwicklungen aufgrund eines anhaltenden Kostendrucks und der sprunghaft wachsenden Konkurrenz des Internethandels. Die politischen Entscheidungsträger müssen auch bei nachvollziehbaren Gründen für steigende Gebühren eine Abwägung der Auswirkungen auf den Handel und damit das Angebot und die Qualität ihrer Innenstädte vornehmen. Aufgrund der Eindeutigkeit der Ergebnisse plädiert die IHK Reutlingen für eine Reduzierung der Parkgebühren und kreative Konzepte gemeinsam mit den betroffenen Händlern und Gastronomen zur Kompensation der wegfallenden Einnahmen.

Reutlingen im Juni 2013