



Einzelhandelskonzept für Simbach am Inn



Projektleitung:

Prof. Dr. Werner Gamerith
Professur für Regionale Geographie
Innstraße 40 (NK 501)
94032 Passau
Telefon: +49(0)851/509-2733
Mail: Werner.Gamerith@uni-passau.de

Janine Maier, M.A.
Professur für Regionale Geographie
Innstraße 40 (NK 503)
94032 Passau
Telefon: +49(0)851/509-2727
Mail: Janine.Maier@uni-passau.de

Projektmitarbeiterinnen:

Sylvia Dobler
Patricia Germann, B. A.
Julia Hackl
Konstanze Liskow, B. Sc.
Lisa Müller, B. A.

Bearbeitungszeitraum: Februar 2017 bis Oktober 2017

Veröffentlicht am: 19.10.2017

Inhalt

1. Einleitung	1
2. Grundlagen und Tendenzen der Einzelhandels- und Standortentwicklung	2
2.1. Standortwahl und –strukturen allgemein und in Simbach.....	2
2.2. Belebung öffentlicher Flächen und Steigerung der Aufenthaltsqualität	4
2.3. Imagekampagnen	5
3. Situation vor Ort – Einzelhandelssituation in Simbach am Inn	8
3.1. Zahlen, Daten, Fakten	8
3.2. CIMA-Studie	8
3.3. Immobilien-Masterplan von „Standort und Markt“	12
4. Beschreibung der Methodik	18
4.1. Beschreibung der Methodik: Excel-Tabelle mit Kartierungsgrundlagen	18
4.2. Beschreibung der Methodik: Kartierung	19
4.3. Beschreibung der Methodik: Workshop	19
4.4. Beschreibung der Methodik: Leitfadengestütztes Interview	20
4.4.1. Merkmale des leitfadengestützten Interviews.....	20
4.4.2. Inhalt und Aufbau des Interviewleitfadens	21
4.4.3. Durchführung	22
4.4.4. Auswertungsmethodik	23
5. Analyse und Auswertung	23
5.1. Analyse und Auswertung: Exceltabelle mit Kartierungsgrundlagen	23
5.2. Analyse und Auswertung: Kartierung	24
5.3. Analyse und Auswertung: Workshop	27
5.4. Analyse und Auswertung: Leitfadengestützte Interviews	33
5.4.1. Daten zur Person und zum Geschäft	33
5.4.2. Situation vor dem Hochwasser/ Hochwasser/ derzeitige Situation/ zukünftige Situation	35
5.4.3. Erreichbarkeit (Verkehr)	38
5.4.4. Nutzungsangebot	39
5.4.5. Zukünftige Gestaltung Simbachs.....	44
5.4.6. Sonstige Wünsche und Anregungen	44
5.4.7. Zusammenfassung der Interviewergebnisse	45
6. Leitlinien, Handlungsempfehlungen und Projekte.....	46
7. Fazit	54
Literatur	55
Anhang	2

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abb. 1: Auszug aus der <i>CIMA</i> -Studie	9
Tab. 1: Handelszonen in Braunau und Simbach.....	13
Tab. 2: Bedarfsgruppen in Simbach-City	13
Abb. 2: Visueller Gesamteindruck nach Anzahl der Betriebe	14
Abb. 3: Entwicklungsimmobilien in Simbach-City	15
Abb. 4: Der Mieterattraktivitäts-Index in der Heat-Map	17
Abb. 5: Gebäudenutzung in der Innenstadt im Juni 2016	25
Abb. 6: Gebäudenutzung in der Innenstadt im September 2016	26
Abb. 7: Retentionsflächen am Simbach	28
Abb. 8: Kirchplatz in Simbach am Inn	29
Abb. 9: Retentionsflächen am Simbach 2	30
Abb. 10: Art des Geschäfts	34
Abb. 11: Adresse des Geschäfts.....	34
Abb. 12: Eigentümer und Pächter	35
Abb. 13: Probleme vor dem Hochwasser.....	36
Abb. 14: Auswirkungen des Hochwassers.....	37
Abb. 15: Beeinträchtigungen heute	38
Abb. 16: Erreichbarkeit des Geschäfts.....	38
Abb. 17: Bevorzugtes Verkehrssystem	39
Abb. 18: Parkmöglichkeiten	39
Abb. 19: Synergieeffekte mit Nachbargrundstücken.....	40
Abb. 20: Zuschnitt und Fläche des Geschäfts	40
Abb. 21: Überrepräsentiertes Nutzungsangebot in Simbach	41
Abb. 22: Unterrepräsentierte Nutzungsangebote in Simbach.....	42
Abb. 23: Unterrepräsentierte Nutzungsangebote im Bereich „Bekleidung“	42
Abb. 24: Bedarf in Braunau	43
Abb. 25: Bedarf in größeren Städten	43
Abb. 26: Nutzung "Stadl"	44

1. Einleitung

Noch viele Jahre oder gar Jahrzehnte wird man in Simbach am Inn von der Zeit vor dem 1. Juni 2016 und der Zeit danach sprechen. Niemand hätte dem vergleichsweise unauffälligen Simbach jene Urgewalten zugetraut, die an diesem Frühsommertag über die niederbayerische Stadt hereinbrachen. Wenn von Überschwemmungsgefahr ausgegangen werden musste, dann vom mächtigen Inn, den Simbach auch im Namen führt. Mit der Flutkatastrophe und den sieben Toten in der Region verbindet sich nicht nur großes menschliches Leid, sondern auch ein beispielloses Maß an materieller Verwüstung, die der Simbach wie eine Schneise durch Simbach gezogen hat. Neben zahlreichen Wohngebäuden erlitten auch Teile der Innenstadt mit Geschäftslokalen enormen Schaden.

Im Zuge des Wiederaufbaus bieten sich auch städtebauliche Chancen für die gesamte Innenstadt. Es geht nicht nur um die Wiederherstellung der Bausubstanz, sondern auch um eine sinnvolle (Wieder-)Belebung der betroffenen Straßenzüge. Grünraumplanung, Verkehrsgestaltung und Einzelhandelsplanung bilden drei Felder einer neuen städtebaulichen Gesamtarchitektur, aus der der vorliegende Abschlussbericht die Ergebnisse des Teilprojekts „Wirtschaftsgeographie“ zusammenfasst. Nach einem Überblick über bereits erfolgte Studien zum Einzelhandel in Simbach sowie zu Standortfragen in der „Verdichtungsregion“ Braunau-Simbach werden einerseits die Rückmeldungen während des Bürgerworkshops systematisch referiert und andererseits die Ergebnisse der Befragungen unter 27 Einzelhändlern im von der Flut direkt oder indirekt betroffenen Geschäftsgebiet geschildert. Handlungsempfehlungen zur Stärkung des Geschäftsstandorts der Simbacher Innenstadt, mit besonderem Blick auf die Innstraße, die Maximilianstraße und den Kirchenplatz, schließen diesen Projektbericht ab.

2. Grundlagen und Tendenzen der Einzelhandels- und Standortentwicklung

2.1. Standortwahl und –strukturen allgemein und in Simbach

Heterogene Wirtschaftsbereiche sind am Standort Simbach am Inn ansässig. Der für diese Arbeit relevante innerstädtische Einzelhandel ist vor allem entlang der Innstraße, der Münchner Straße, der Maximilianstraße und dem Kirchenplatz zu verorten. Hier sind beispielsweise die alteingesessene „Juwelierschmiede Dachauer“, „Schuh & Sport Heyne“ und die „Buchhandlung Pfeiler“ zu nennen. Diese Einzelhändler, die in der nördlichen Innstraße beheimatet sind, waren auch in der Zeit der Katastrophe am 01.06.2016 geöffnet. Allerdings verzeichnen sie seither Umsatzeinbußen. Die vom Hochwasser betroffenen Branchen sind hauptsächlich im südlichen Bereich der Innstraße anzutreffen. In diesem Zusammenhang ist „Deco Domus Lessing“ zu erwähnen. Dies ist ein Einzelhandelsgeschäft für dekorative Artikel und Raumausstattung. Vom Hochwasser stark gezeichnet, wurde das Geschäft in der Innstraße 32 in diesem Frühjahr (2017) nach aufwendigen Renovierungsarbeiten neu eröffnet. Auch die Branche des Gastgewerbes war von der Flut 2016 betroffen. Hierzu zählen das „Gasthaus Diegruber“, „O Sole Mio“ und das „El Greco“.

Nach einer Katastrophe, wie in Simbach geschehen, muss der Standort zunächst erst wieder neu durchdacht und rekonzipiert werden, und zwar zum einen dahingehend, dass Käufer Simbach wieder als interessanten Einkaufsstandort wahrzunehmen beginnen, und zum anderen, dass potentielle Anbieter die Leerstände in Simbach als mögliche Ladenfläche für sich entdecken. Um diese Ziele zu erreichen, müssen, neben dem grundsätzlichen Wiederaufbau, die Standortfaktoren neu angepasst werden – jedenfalls dort, wo sich dazu Möglichkeiten ergeben. Nach Heineberg (2014, S. 192) sind gehören zu den zentralen Standortfaktoren die Bedarfsorientierung (Konsumentendichte, -nähe und -struktur im Einzugsgebiet), die Erreichbarkeit (Verkehrsanbindung und funktionsräumliche Lage), die Konkurrenzsituation und Agglomerationsvorteile, stadtfunktionale Faktoren (Faktoren der Stadt, Wirtschaftsstruktur der Stadt und Bedeutung der Stadt) und zwischen- und außerbetriebliche Kontaktbedürfnisse bzw. Interaktionen (Kontaktmöglichkeiten zu anderen Unternehmen und Face to Face-Kontakte sind sehr wichtig).

Im Einzelhandel sind stets zwei Seiten zu beleuchten – zum einen die Nachfrageseite, was das Zeitbudget und die Motive der Kunden (erlebnisorientiert vs. versorgungsorientiert) beinhaltet, zum anderen die Einzelhändler und das, was diese anbieten. Die meisten Einzelhändler der betroffenen Gebiete in Simbach sind alteingesessene Geschäfte, die von dieser Stadt nur schwer wegzudenken sind, zumal von ihren langjährigen Kunden lokaler oder regionaler Provenienz. Die Angebotsschwerpunkte sind im Kern der Stadt weit gestreut. Von einem richtigen Schwerpunkt lässt sich in diesem Zusammenhang nicht sprechen. Auch die Preissegmente sind im Simbacher Einzelhandel breit gesät. Ein weiterer Standortfaktor nach Heineberg (2014, S. 193) ist die Bedarfsorientierung. Der zunehmende Internethandel und das Hochwasser, aufgrund dessen viele Geschäfte für einige Zeit schließen mussten, führten dazu, dass einige Käufer abwanderten und ihren Bedarf in anderen Orten deckten. Somit hat die Konsumentendichte abgenommen und die Geschäfte haben Nachfrageeinbußen hinnehmen müssen. Wichtig für jeden Standort ist zudem ein positives Image. In Simbach gilt es, das Image der Stadt aufzubessern und neue Strategien diesbezüglich zu erarbeiten. Generell kann die Katastrophe als Chance genutzt und ein neues Image erlangt werden. In Punkt 2.2 und 2.3 werden entsprechende Vorschläge hierzu aufgezeigt.

Die Einzelhändler und deren Läden müssen zudem wieder zu Anziehungspunkten werden. Nach Nelsons „theory of cumulative attraction“ werden Kundenzahl und Umsätze geschaffen, die ein Anbieter aufgrund der eigenen Attraktivität erlangt. Ein großes und vielfältiges Angebot zieht Käufer an. Das heißt, auf die eigene Anziehungskraft (*generative business*) der Geschäfte sollte das Augenmerk gelegt werden. In diesem Zusammenhang seien Warenhäuser, Verbrauchermärkte und Autohändler erwähnt, die Anziehungskraft haben können. Anbieter können demnach auch ohne Nachbarschaft zu anderen Anbietern existieren (Kulke 2017, S. 165-167). Im Gespräch mit den Einzelhändlern in Simbach wurde jedoch von einigen darauf hingewiesen, dass eine Art „Stadtgalerie“ wie in Passau gewünscht ist. Damit erhoffen sie sich Synergieeffekte für ihre eigenen Geschäfte. Denn das große Angebot würde viele Menschen aus dem Umkreis anziehen. Dadurch kann sich auch eine gemeinsame Anziehungskraft ergeben, ein „shared business“. Damit sind Kundenzahlen und Umsatzteile gemeint, die sich durch die Nachbarschaft zu anderen Anbietern ergeben (Kulke 2017, S. 165-167). Dadurch ist die Möglichkeit zum „One-Stop-Shopping“ gegeben. „One-Stop-Shopping“ bezeichnet den Einkauf des gesamten Bedarfs an einem Ort, wie es beispielsweise bei Wochenmärkten und Einkaufszentren der Fall ist. Begünstigt wird dies durch ein ausreichendes Parkplatzangebot in der Nähe des Einkaufsortes (Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2017). Weiter bedeutet „shared business“, dass die Kunden mehrere Besorgungen in verschiedenen Betrieben tätigen, vor allem bei artgleichen Betrieben, wie Supermarkt und Getränkemarkt, Allgemeinmediziner und Apotheke, Metzger und Bäcker etc. Von dem „shared business“ profitieren in Simbach die Metzgerei Feyrer und der Bäckerei Braunmiller (baldige Neueröffnung). Da beide Dienstleistungen nur etwa fünf Gehminuten auseinander liegen, nutzen viele Verbraucher die günstige Lage, in beiden Geschäften ihre Lebensmittel des täglichen Bedarfs zu erwerben.

Unter „shared business“ versteht man auch, wenn sich artgleiche Betriebe an gleichen Standorten ansiedeln. Beispiele wären Viertel, in denen sich Antiquitäten-Läden, Juweliere, Galerien und Banken und dergleichen ansiedeln und dieser Teil der Stadt für diese Geschäfte bekannt ist. Für Simbach am Inn ist dies allerdings noch eine gewisse Zukunftsvision: Hier könnte man sich ein Kulturviertel vorstellen. Der Bereich um den „Alten Stadl“ wird zum kulinarischen Viertel, nach einem bekömmlichen Abendessen in der „Traube“ schlendert man am neu angelegten Grünraum am Simbach entlang und besucht eine Veranstaltung im Bürgerhaus. Um den Abend ausklingen zu lassen, setzt man sich in das Weinlokal, das sich beispielsweise im Gewölberaum des „Alten Stadls“ befindet.

Fremde Anziehungskraft, „suscipient business“, ergibt sich dann, wenn sich Kundenbesuche und Umsatzteile durch externe Frequenzbringer ergeben. Nachfrager nutzen den Standort aus einem anderen Grund und frequentierte nebenbei die dort ebenfalls angebotenen Dienste, z.B. Zeitungs- und Tabakläden an Bahnhöfen, Souvenirläden in der Nähe des Strandes usw. (Kulke 2017, S. 165-167). In Simbach dient der neu angelegte Grünraum als Frequenzbringer für das Quartier beim derzeitigen/zukünftigen „Alten Stadl“. Dieses Quartier könnte in ein kulinarisches Viertel, Einkaufszentrum oder dergleichen umgestaltet werden.

2.2. Belebung öffentlicher Flächen und Steigerung der Aufenthaltsqualität

Um die öffentlichen Flächen in Simbach am Inn wieder aufzuwerten und die Aufenthaltsqualität zu steigern, ist es wichtig, dass die Einzelhändler und die Stadt an einem Strang ziehen. In diesem Zusammenhang ist das Instrument des „Business Improvement District“ zu erwähnen, kurz BID. Nach Heineberg (2014) versteht man darunter, dass die Eigentümer sich mehrheitlich entschließen, gemeinsam ihr Quartier aufzuwerten, indem sie ihre Immobilien erneuern und das Viertel verschönern. Die Städte unterstützen zum Teil die Projekte mit eigenen Maßnahmen. Ein BID kann somit als typisches Beispiel für ein „public-private-partnership“ erwähnt werden. Damit ist gemeint, dass öffentliche Rechtsbefugnis und private Initiative zusammen wirken. BIDs gelten als neue Instrumente der „urban governance“, die unter dem Leitbild einer unternehmerischen Stadtpolitik derzeit weltweit an Bedeutung gewinnen – auch wenn ihnen in vielerlei Aspekten mit Kritik und Skepsis begegnet werden muss, insbesondere dort, wo sie für eine neoliberale Politik der Ausgrenzung, Homogenisierung und Kommerzialisierung verantwortlich sind.

Ursprünglich war ein BID die Reaktion auf die wachsende Konkurrenz durch Einkaufszentren in nordamerikanischen Innenstädten. Vorteil der Einkaufszentren gegenüber den gewachsenen Innenstädten ist das zentrale Management, das für eine differenzierte Einzelhandelsstruktur sorgt, ein sauberes, einheitliches Erscheinungsbild wahrt und Werbemaßnahmen der Mieter koordiniert. Diese Eigenschaften sollten durch BIDs auch bei Innenstädten und Stadtteilen erreicht werden (Hecker 2010).

Die Handlungsfelder von BIDs sind festgelegt auf Maßnahmen zur Umfeldverbesserung, zum Beispiel die Neugestaltung und Pflege des öffentlichen Raums (z.B. Fußgängerzonen), die Entfernung von Graffiti, Verbesserung der Sauberkeit, Marketingmaßnahmen und das gemeinsame Management (Hecker 2010).

In Hamburg-Bergedorf wurde dieses System des BIDs bereits erfolgreich umgesetzt. Um das Bergedorfer Schloss erstreckt sich eine Fußgängerzone mit Fachwerkhäusern. Es gibt eine Vielzahl von inhabergeführten Fachgeschäften, die auch Kunden aus den umliegenden Ortsteilen in und um Hamburg anlocken. Vor Einführung des BIDs Sachsentor in Hamburg-Bergedorf verzeichnete die Stadt eine stetig sinkende Attraktivität des Standorts. Zwei Kaufhäuser mussten geschlossen werden. Das Sachsentor musste sich neu erfinden, um sein Image als Einkaufsstandort zu bewahren (Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen, 2017). Somit wurden Maßnahmen ergriffen, die die Stadt wieder attraktiver machen sollten, wie beispielsweise Neupflasterung der Fußgängerzone, Entfernung von Graffiti, Begrünung der Einkaufszone durch Blumenkästen, Rankengitter und neue Beete, Entwicklung eines identitätsstiftenden Werbekonzepts, Schaffung eines Passantenleitsystems mit Info-Punkten sowie die Ausweitung der Parkmöglichkeiten (Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen, 2017).

In Simbach sind bereits vor der Flut im Jahr 2016 die Attraktivität der Stadt und der Umsatz der Geschäfte gesunken. Ein BID wie in Hamburg-Bergedorf könnte auch in Simbach umgesetzt werden. Eine Flaniermeile vom Kirchenplatz bis über die Rialto-Brücke oder entlang der Innstraße wäre in diesem Zusammenhang denkbar.

Des Weiteren wären auch „Waterfront-Projekte“ in Simbach am Inn umsetzbar. Als „Waterfront-Projekte“ bezeichnet man Stadtteile am Ufer von Gewässern, wie beispielsweise

an Bächen, Flüssen, Seen und Meeren. „Waterfront-Projekte“ können große und enorm kostspielige Projekte städtischer Revitalisierung sein, wie man an der Hamburger Hafen City gesehen hat, aber auch kleinere Projekte wie der Deggendorfer Donaustrand. Standorte am Wasser gelten allgemein als attraktive Standorte. Bei „Waterfront-Projekten“ gibt es eine häufige Funktionsmischung zwischen Wohnen, Arbeiten, Einkaufen, Kultur und Tourismus (Schediwy 2005, S. 373ff.). Diese Art der postmodernen Stadtentwicklung gilt als chancenreich. Erfolgreich umgesetzt wurde das „Waterfront-Projekt“ Deggendorfer Donaustrand. Dieses Beispiel kann auch für Simbach am Inn als zielführend oder beispielhaft gesehen werden. Der Deggendorfer Donaustrand ist ein nachhaltiges Freizeit- und Erholungsangebot, das nur wenige Gehminuten vom Stadtkern entfernt liegt, eine 500 Meter lange Donaupromenade führt direkt am Wasser entlang und eine 2.000 Quadratmeter große Spielfläche lädt die Menschen zum Flanieren und zur Freizeitgestaltung ein (Donaupanoramaweg 2017). Ein „Waterfront-Projekt“ am Simbach wäre naheliegend, um den Bewohnern die Angst vor dem Simbach zu nehmen und den Simbach als attraktiven Aufenthaltsstandort zu nutzen. Das Gebiet um den Simbach könnte zu einem Erholungsgebiet mit einem schön angelegten Park werden, der zum Entspannen einlädt, mit Cafés im Grünen und mit dem Blick auf den Simbach. Das würde das Stadtbild aufwerten.

2.3. Imagekampagnen

Um die Kaufbereitschaft und den Einzelhandel in Simbach wieder zu stärken, können Investitionen in Imagekampagnen helfen. Bewährte Konzepte und Umsetzungen sind hierbei etwa „Kauf Regional“, das beispielsweise vom Landkreis Dillingen als Stärkung des regionalen Einzelhandels umgesetzt wurde. Dabei wird vor allem dem Internethandel als negativer Auswirkung auf den heimischen Handel begegnet. Die Folgen des Internethandels machten sich bereits vor der Flut bei den Einzelhändlern in Simbach bemerkbar. Durch die Ereignisse der Flut ging der Umsatz der heimischen Verkäufer weiter zurück. Somit ist es dringlich erforderlich, in dieser Branche Initiativen zu ergreifen, damit die Einzelhändler in Simbach bleiben und die Konsumenten durch ein breit gefächertes Angebot nach Simbach gelockt werden.

Der Organisator der WIR, Albert Schmid, äußert sich zu der genannten Imagekampagne wie folgt: „Wir wollen den Menschen zeigen, was passiert, wenn alle nur noch im Internet einkaufen. Angefangen von Leerständen in den Innenstädten bis hin zum Verlust von Arbeitsplätzen. Und wir sind überzeugt davon, dass wir gute Argumente haben, die für den Einkauf vor Ort sprechen“ (Gaugenrieder 2017). Vorteile des heimischen Handels gibt es viele, zum Beispiel:

- Individuelle, kundenorientierte Beratung
- Sicherheit, denn in der virtuellen Welt ist Betrug leichter möglich als in der realen Welt
- Vertrauen in ein „bekanntes Gesicht“
- Flexibilität
- Keine oder geringere Lieferwartezeiten
- Unkomplizierteres Testen, Goutieren oder Probieren der Ware möglich
- Keine Niedriglöhne, wie beispielsweise bei Amazon
- Keine Umweltbelastung durch Wartezeiten
- Heimische Lebensmittel sind mehr denn je gefragt, weil die Menschen den „lohas-Lifestyle“, lifestyle of health and sustainability, leben, viele Verbraucher wollen

nachhaltig handeln und nachfolgenden Generationen den gleichen Lebensstandard bieten, den sie heute genießen dürfen (Gaugenrieder 2017)

Die Marke „Kauf Regional“ in Simbach zu etablieren, wäre wünschenswert, dadurch wird das Verbraucherbewusstsein geschult. Es könnten regionale Produkte als Alternative zu den Waren angeboten werden, die die Menschen aus dem Supermarkt kennen. Auf dem Wochenmarkt in Simbach sind beispielsweise schon jetzt regionale Produkte erhältlich. Aber auch eine Markthalle wie in Wasserburg mit frischen regionalen Produkten wäre denkbar.

Eine weitere erfolgversprechende Imagekampagne ist das Konzept „Lust auf Innenstadt“ im Erzgebirge. Dies ist ein Begleitforschungsprojekt des Sächsischen Staatsministeriums des Inneren (SMI), Referat Städtebau- und EU-Förderung. Beteiligte Städte im Erzgebirge sind Annaberg-Buchholz, Aue, Marienberg, Oelsnitz, Schwarzenberg, Stollberg und Zschopau (Wirtschaft im Erzgebirge 2017).

Das Ziel dieser Imagekampagne ist die „Stärkung der beteiligten Innenstädte als Wirtschaftsraum und Lebensmittelpunkt“. Damit sucht man Antworten auf die Herausforderung des demographischen Wandels, den tiefgreifenden Strukturwandel in Einzelhandel und Dienstleistung, neue Lebensstile und Konsumgewohnheiten, Digitalisierung aller Lebensbereiche und zunehmenden Wettbewerb von Standorten und Regionen. Um die Innenstadtentwicklung und -belebung voranzutreiben, sollte die Funktionsvielfalt der Innenstädte ausgeweitet werden und die Erreichbarkeit und Mobilität in den Innenstädten sowohl für junge, als auch für ältere Generationen gewährleistet sein. Aus Leerständen und Brachflächen, wie sie auch in Simbach nach dem Hochwasser 2016 zu finden sind, sollten neue Nutzungsräume entstehen. Auch die Qualität und Wettbewerbsfähigkeit von Dienstleistungen und Einzelhandel sollten schwerpunktmäßig behandelt werden. Um dem heutigen Standard einer modernen Stadt gerecht zu werden, spricht man immer mehr von einer Digitalen Innenstadt. Die Verknüpfung von Online-Inhalten und innerstädtischem Angebot gilt als Leitbild für eine ideale, digitale Innenstadt. Durch Digitalisierung einer Stadt entstehen neue Anforderungen an den Stadtbesuch, die es seitens der Stadt und des Handels zu erfüllen gilt (SinkaCom AG 2017). Eine mögliche Aufgabe wäre hier ein virtuelles Marktplatzsystem. Darunter versteht man, dass der gesamte innerstädtische Einzelhandel auf einer zentralen Onlineplattform abläuft. Damit erweitert man den lokalen Einkauf um attraktive Angebote. Auch die Verfügbarkeit von freiem WLAN mit großer Bandbreite ermöglicht den Besuchern der Stadt eine schnelle und sichere Internetverbindung im gesamten Innenstadtbereich. Mobile Onlineangebote sind dadurch zuverlässig und schnell abrufbar (SinkaCom AG 2017). Um die Stadt an die digitalen Herausforderungen anzupassen, wäre hier eine „Stadt App Simbach am Inn“ zielführend. Diese App könnte als zentrales Kommunikationsmedium innerhalb der Stadt dienen. Der Marktplatz, verknüpft mit dem WLAN, bildet den gesamten Stadtkörper auf einer mobilen, digitalen Plattform ab. Über diese App können ortsansässige Händler ihre Angebote online stellen. Bürger, Gastronomen und Einzelhändler verknüpfen sich digital. Auch eine Optimierung der Standortkooperationen und des Innenstadt-Managements kann auf diese Weise erreicht werden (SinkaCom AG 2017).

Nach einer verheerenden Katastrophe, wie sie in Simbach passiert ist, muss das Image korrigiert und positiv konnotiert werden. Auch eine Identitätsstärkung ist unabdingbar. Zschopau, das mit 10.000 Einwohnern etwa mit Simbach vergleichbar ist, entwickelte ein Konzept zur Innenstadtentwicklung, das im Folgenden – auf Simbach übertragen – aufgezeigt wird (Regionalmanagement Erzgebirge 2017).

Handlungsfeld: Innenstadt-Strategie

- Entwicklung strategischer Leitziele für die Innenstadtbelebung
- Erstellung eines Einzelhandels- und Zentren-Konzeptes

Handlungsfeld: Erreichbarkeit / Parken / Mobilität

- Verkehrs- und Parkraumkonzept (Ziele: Verbesserung der Aufenthaltsqualität der Innenstadt)
- Diskussion des Konzeptes im Stadtrat
- Koordination der Leitsysteme/effektives Parkraum-Management umsetzen

Handlungsfeld: Leerstands-Management

- Standortbewertung/Erfassung Leerstände
- Konzentration auf Schwerpunkte: Betroffene Gebiete: Passauerstraße, Innstraße, Bachstraße
- Zwischenlösungen in den drei Schwerpunktbereichen: kreative Lösungen mit Schulen, Künstlern und Vereinen
- Zusammenarbeit mit den Eigentümern: Eigentümerforum und Beratung

Handlungsfeld: Funktionsvielfalt in der Innenstadt

- langfristige Zielstellung: Bürgersaal als Frequenzlounge
- Tourismus- und Kulturchance

Handlungsfeld: Kundenbindung

- gemeinsame Frühjahrsaktion
- Herbstfest

Handlungsfeld: Innenstadt-Management

- Einsatz eines Innenstadt-Managers:
 - Kommunikationsschnittstelle zwischen Stadtrat – Verwaltung – Verein
 - Umsetzung der Innenstadt-Projekte
 - Organisation, Förderung
 - Arbeitsplan

Handlungsfeld: Zielgruppe Jugend

- Ideenrunde mit Jugendlichen zur Innenstadtbelebung
- Schülercafé etablieren
- Veranstaltungen von Jugendlichen für Jugendliche organisieren
- freies WLAN auf dem Marktplatz und drei Orten in der Innenstadt

(vgl. Regionalmanagement Erzgebirge 2017)

Eine weitere Imagekampagne, die man gut für Simbach am Inn angleichen kann, bildet „Ich bin für Einkaufen in Bad Oldesloe“ in Schleswig-Holstein. Die Einwohnerzahl Bad Oldesloes beträgt etwa das Doppelte der Stadt Simbach. Das Konzept dieser Kampagne kann jedoch in jeder Stadt, egal welcher Größe, Anwendung finden. Es soll das Verständnis dafür entwickelt werden, dass eine bewusste Kaufentscheidung bei lokalen Oldesloer/Simbacher Unternehmen dazu beiträgt, die heimische Wirtschaft zu stärken, die Angebotsvielfalt zu bewahren und damit auch die Lebensqualität in der Stadt zu erhalten.

3. Situation vor Ort – Einzelhandelssituation in Simbach am Inn

3.1. Zahlen, Daten, Fakten

Die Stadt Simbach am Inn zählt 9.933 Einwohner (Stand 1.12.2015) (vgl. Homepage Stadt Simbach 2017, S. 2). Es ist ein positiver Wanderungssaldo zu verzeichnen, der natürliche Saldo (Geburten versus Sterbefälle) ist jedoch negativ. Zusätzlich ist in Zukunft mit einem Bevölkerungsrückgang zu rechnen. Schon jetzt liegt ein überdurchschnittlich hoher Anteil an über 64-Jährigen vor (vgl. Bayerisches Landesamt für Statistik 2015, S. 6f.), was neben den Hochwasserfolgen als weitere Herausforderung für die Einzelhandelsentwicklung anzusehen ist. Dennoch zeigt die Kaufkraft im Moment noch eine positive Entwicklung. Sie verzeichnete in den letzten Jahren einen kontinuierlichen Anstieg. Die Kaufkraft wird mit der Kaufkraftkennziffer gemessen, wobei die Kaufkraft je Einwohner in Deutschland (2014: 18.470€) gleich 100 gesetzt wird (vgl. CIMA 2010, S. 49). In Simbach lag die Kaufkraftkennziffer im Jahr 2013 bei 97,2 (vgl. CIMA 2014, S. 27), also etwas unter dem deutschen Durchschnitt. Dabei bleiben 67% der Kaufkraft vor Ort (sog. Kaufkrafteigenbindung) (vgl. STS Braunau-Simbach o.J.). Aktuellere Zahlen liegen derzeit nicht vor. Was die Verkaufsfläche anbelangt, so verfügt die Stadt Simbach am Inn über eine Fläche von 32.000 m² (vgl. CIMA 2014, S. 115).

Ausgehend von diesen sozioökonomischen Rahmendaten stehen insgesamt 43 Betriebe im Fokus der hier durchgeführten und vorgelegten Einzelhandelsuntersuchung. Sie sind größtenteils im Bereich des Einzelhandels anzusiedeln. Jedoch wurden auch Betriebe aus dem Gastronomie- und Dienstleistungssektor berücksichtigt, um ein umfassendes Bild zu erhalten. Die meisten dieser Betriebe wurden durch das Hochwasser vom Juni 2016 schwer getroffen. Einige konnten erst kürzlich wiedereröffnen, andere sind nach wie vor geschlossen. Auch wenn ein Geschäft nicht überflutet worden war, so konnte oft dennoch kein Umsatz erzielt werden, da der Stadtkern von Simbach am Inn tagelang abgesperrt blieb, und auch Unbeschadete angesichts der Hochwasserkatastrophe keine Kauflaune verspürten. Bis heute ist diese Kauflaune nicht vollständig wiederhergestellt. Zudem ist der Stadtkern durch enormen Leerstand gezeichnet.

Dennoch ist festzuhalten, dass der Einzelhandel in Simbach am Inn bereits vor dem verheerenden Hochwasser gewisse Krisenzeichen aufwies, zumal auch eine bestimmte Konkurrenz mit der oberösterreichischen Nachbarstadt Braunau am Inn vorherrscht. Schon länger wurden also Geschäfte geschlossen, sind Betriebe umgezogen oder konnten sich nur „knapp über Wasser halten“. Daher wurden von der Stadt bereits mehrere Studien zur Einzelhandelssituation in Auftrag gegeben, die im Folgenden kurz vorgestellt werden sollen. Eine Bündelung der Studien ist notwendig, um alle relevanten Erkenntnisse in Betracht zu ziehen und zielführend agieren zu können.

3.2. CIMA-Studie

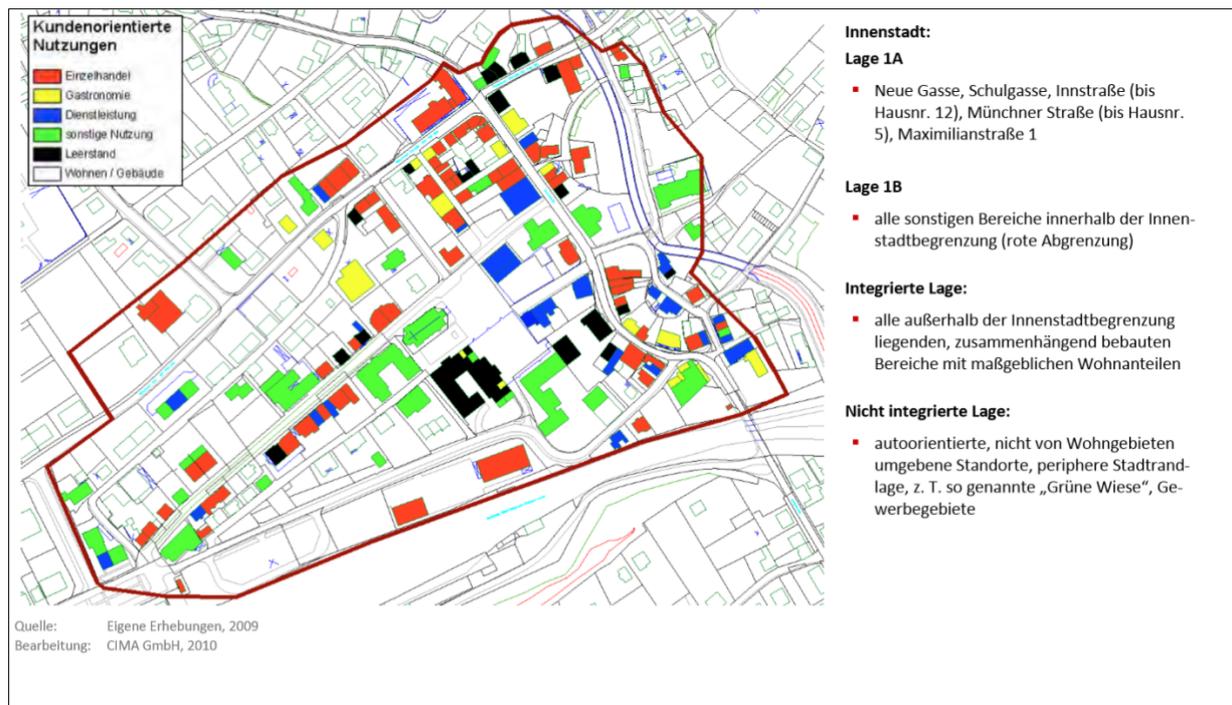
Zunächst war die *CIMA Beratung + Management GmbH* mit Sitz in München, die bereits für verschiedene andere deutsche und ausländische Städte ähnliche Untersuchungen durchgeführt hat, mit einer Einzelhandelsuntersuchung in Simbach am Inn tätig. Nach einem Analysezeitraum von Oktober 2009 bis März 2010 wurde dabei ein 58-seitiges Konzept erstellt. Es beinhaltet ausgehend von grundlegenden Strukturdaten eine Bestands- und Problemanalyse, daran anschließend eine Bedarfsanalyse bezüglich Verkaufsflächen sowie ein durch Passantenbefragung ermitteltes Meinungsbild über die Stadt Simbach. Darauf

aufbauend werden Empfehlungen für ein Standortkonzept, den Einzelhandel und das Marketing gegeben, und in einem letzten Kapitel die herangezogene Methodik genauer erläutert. Die wichtigsten Aussagen dieser Untersuchung werden im Folgenden kurz vorgestellt.

Im Rahmen der Strukturdaten liefert der Bericht eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 94,2 welche damit unter dem deutschen (100) und bayerischen Durchschnitt (104,7) liegt (vgl. CIMA 2010, S. 5).

Mit Einstieg in das dritte Kapitel (Bestands- und Problemanalyse) wird zunächst eine hohe Konkurrenzsituation zur oberösterreichischen Stadt Braunau konstatiert (vgl. ebd., S. 9). Das Kundeneinzugsgebiet von Simbach umfasst die Orte Ering, Julbach, Kirchdorf am Inn, St. Peter am Hart, Stubenberg und Wittbreut, die Bindungsquoten von mehr als 20% aufweisen (vgl. ebd., S. 10). Die eigenen Kaufkraftabflüsse werden zudem von Kaufkraftzuflüssen aus dem Umland kompensiert, was die große Zentralität der Stadt Simbach deutlich macht (vgl. ebd., S. 11). Betrachtet man die Betriebs- und Branchenstruktur, so legt der Bericht eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung je Einwohner, v.a. im Non-Food-Bereich, dar (vgl. ebd., S. 13). Über 80% der Einzelhandelsgeschäfte entsprechen laut CIMA Fachgeschäften. Im Jahr 2009 zählt die Stadt Simbach am Inn demnach 126 Betriebe, die insgesamt über 30.215 m² Verkaufsfläche verfügen (vgl. ebd., S. 14). Das Konzept unterteilt in der Folge in verschiedene Innenstadtlagen. Folgender Auszug verdeutlicht dies:

Abb. 1: Auszug aus der CIMA-Studie (Quelle: CIMA 2010, S. 16)



Den Verkaufsflächenschwerpunkt sieht die CIMA GmbH in den sonstigen integrierten Lagen, da sich kein größerer zusammenhängender und ohne von Funktionslücken unterbrochener Innenstadtbereich entwickeln konnte. Neben der Innenstadt ist somit der bedeutendste Standort das Rennbahn-Center (vgl. ebd., S. 16). Daher ist auch eine Leerstandsquote von 17,3% in der Innenstadt nicht weiter verwunderlich, wie die Analyse der Nutzungsstruktur zeigt. In anderen CIMA-Untersuchungen ist diese Quote deutlich geringer. Die Untersuchung zeigt des Weiteren, dass 71 Geschäfte dem Einzelhandel entstammen und 31 Einrichtungen

gastronomische Betriebe sind (vgl. ebd., S. 18). Eine Analyse der Bestandsveränderungen ergab eine Verdoppelung der Gesamtverkaufsfläche im Vergleich zu 2004 (vgl. ebd., S. 19). Qualitative Betrachtungen verdeutlichten jedoch, dass einige Verkaufsflächen in der Innenstadt und den integrierten Lagen veraltet und modernisierungsbedürftig sind (vgl. ebd., S. 20).

In Kapitel vier wurde der Verkaufsflächenbedarf im Simbacher Einzelhandel ermittelt. Dabei stellte sich heraus, dass sich die größten offenen Umsatzpotentiale in den Bereichen Möbel/Teppiche/Heimtextil sowie Elektro/Foto bieten (vgl. ebd., S. 23). Daraufhin wurde eine qualitative Einschätzung der Verkaufsflächenpotentiale vorgenommen. Diese zeigte insbesondere im zuerst genannten Bereich Schwierigkeiten im Hinblick auf die wirtschaftliche Erschließbarkeit auf. Dennoch ist die innerstädtische Ansiedlung eines Anbieters aus diesem Sektor laut *CIMA* empfehlenswert, da gerade auch die Branchen Interior design/Kleinmöbel/Dekoration einen Kundenmagneten darstellen können. Ansonsten empfiehlt das Unternehmen den weiteren Ausbau der bereits bestehenden Betriebe (vgl. ebd., S. 24).

Das fünfte Kapitel (Simbach am Inn-Meinungsbild) eröffnet mit einer Passantenbefragung, die im November 2009 im Stadtgebiet und den Umlandgemeinden durch Schüler der 12. Klasse des Tassilo-Gymnasiums Simbach durchgeführt wurde (vgl. ebd., S. 25). Dabei konnte die Bedeutung Simbachs als Nahversorgungsstandort herauskristallisiert werden, d.h. die meisten der 399 Befragten gaben an, täglich bzw. mehrmals wöchentlich nach Simbach am Inn zu kommen (vgl. ebd., S. 28). Als Hauptgrund dafür wurde Einkaufen und Bummeln, gefolgt von Gaststättenbesuch, genannt (vgl. ebd., S. 29). Um nach Simbach am Inn zu gelangen, nutzen die meisten Befragten mit 75,9% den PKW. Nur rund 15% kommen zu Fuß oder mit dem Fahrrad und auch die öffentlichen Verkehrsmittel spielen nur eine untergeordnete Rolle (5,8%) (vgl. ebd., S. 30). Die Befragung ergab außerdem, dass circa 75% der Teilnehmer Produkte des kurzfristigen Bedarfs in Simbach am Inn erwerben, was erneut die Bedeutung der Stadt als Nahversorgungsstandort hervorhebt (vgl. ebd., S. 31). Bezüglich des mittelfristigen Bedarfs dominieren eher die Städte Braunau, Passau sowie Pfarrkirchen (vgl. ebd., S. 32). Für den langfristigen Bedarf ergab die Befragung ein heterogenes Meinungsbild. Einige Artikel (Fahrräder, Uhren/Schmuck, Fotobedarf, Optik, Heimwerkerbedarf) werden in Simbach selbst gekauft, andere (Elektroartikel) in Neuötting und Pfarrkirchen. Insbesondere der Möbelbedarf wird aufgrund des dort ansässigen Möbelhauses (WEKO) in Pfarrkirchen gedeckt, was neben Simbach als Haupteinkaufsort für den langfristigen Bedarf gilt (vgl. ebd., S. 33). Abgefragt wurden in einem weiteren Schritt auch Eigenbindungs- sowie Umlandbindungsquoten. Diese sind allesamt relativ positiv einzuschätzen. Lediglich im Bereich Bekleidung, Möbel und (Unterhaltungs-)Elektronik ergaben sich geringe Werte (vgl. ebd., S. 34). Auf die Frage, aus welchen Gründen die befragten Personen in Simbach oder in anderen Orten einkaufen, gaben sie für Simbach gute Parkmöglichkeiten und eine gute Erreichbarkeit mit dem Auto sowie ein umfangreiches gastronomisches Angebot an (das sie aber zugleich als ausbaufähig betrachten). Auch die Auswahl und Anzahl an Geschäften sowie das Dienstleistungsangebot ist nach Meinung der Befragten noch ausbaufähig. Damit hängt auch die negative Bewertung der Aufenthaltsqualität, des Ambientes, der Attraktivität der Stadt zusammen (vgl. ebd., S. 35). Um eine hohe Attraktivität zu erreichen, sind für die befragten Passanten vor allen Dingen ein umfangreiches Einzelhandels-, Dienstleistungs- und medizinisches Angebot sowie eine gute Erreichbarkeit mit dem PKW wichtig. Nur eine Nebenrolle spielen dagegen die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln, das Angebot für Senioren sowie ein Kulturangebot (vgl.

ebd., S. 36). Die Antworten auf die darauffolgende Frage zeigten, dass Simbach bei den genannten Hauptfaktoren für Attraktivität trotz der negativen Bewertung in einer vorangehenden Frage relativ positive Werte erzielt (vgl. ebd., S. 37). Die Passanten konnten außerdem Angaben zu fehlenden Angeboten machen. Dabei nannten die meisten Bekleidungsgeschäfte, insbesondere Filialisten wie H&M, und Elektrogroßmärkte wie Media Markt oder Saturn. Im Gastronomiebereich wurde der Wunsch nach mehr Cafés und internationalen Restaurants laut. Auch kulturelle Angebote und Sporteinrichtungen vermischen die Passanten (vgl. ebd., S. 38).

Nachdem die Ergebnisse der Passantenbefragung präsentiert wurden, folgen mit dem sechsten Kapitel die Empfehlungen der *CIMA GmbH*. Was das Standortkonzept anbelangt, so empfiehlt die Beraterfirma eine weitere Stärkung der Innenstadt, insbesondere der oberen Innstraße, der Münchner Straße sowie des Bereichs der Fußgängerzone als räumliche Einheit (vgl. ebd., S. 40f.). Für die integrierten Lagen betrachtet das Unternehmen im Bereich der Simon-Breu-Straße (und nur dort) die Ansiedelung eines Lebensmittelmarktes als sinnvoll, um die Nahversorgung des umliegenden Wohngebietes zu gewährleisten. Nur diejenigen Betriebe, die aufgrund ihres Flächenbedarfs nicht in der Innenstadt angesiedelt werden können, sollten ihren Standort in den integrierten Lagen, vorzugsweise nahe des Rennbahn-Centers oder im Bereich der äußeren Münchner Straße, wählen (vgl. ebd., S. 41). Die nicht integrierten Lagen sollten dagegen bei der Ansiedlung von Einzelhandelseinrichtungen nicht besonders berücksichtigt werden (vgl. ebd., S. 42).

Bezüglich des Einzelhandels-/Branchenkonzepts (Kapitel 6.2) wird empfohlen, zusätzliche Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt zu fördern. Dafür sind laut *CIMA* folgende Branchen geeignet: Bücher, Wohnbedarf/Kleinmöbel/Dekoration, Elektro/EDV/Foto, Lederwaren, Apotheke. Außerdem sei eine Verbesserung der Schaufenstergestaltung und Inneneinrichtung für Geschäfte, die als unmodern gelten, empfehlenswert. Auch eine Mindestbetriebsgröße sollte angesichts von rund 40% Verkaufsflächen mit weniger als 50 m² eingeführt werden, da die meisten Sortimente eine Fläche von mindestens 100 m² für den Verkauf erfordern (vgl. ebd., S. 43).

Das Kapitel 6.3 beschäftigt sich mit den Rahmenbedingungen des Einzelhandels und zielt zunächst auf die Leerstandssituation ab. Die empfohlenen Maßnahmen sind zum einen eine gemeinschaftliche, offensive Leerstandsvermarktung sowie ein gezieltes Ansprechen von Multiplikatoren (Mahler, IHK, Einzelhandelsverband) und potentiellen Ansiedlern (aktive örtliche Unternehmer, Einzelhändler aus Nachbarorten, Filialisten). Zum anderen sollte durch die Stadt ein Einzelhandels-Förderprogramm mit einem attraktiven Anreizsystem eingeführt werden. Leerstände, die nicht durch Einzelhandel besetzt werden können, sollten durch Gastronomiebetriebe oder auch Dienstleistungseinrichtungen (z.B. Friseure, Reinigungen, Reisebüros, Arztpraxen oder Anwalts- und Versicherungsbüros) belegt werden. Des Weiteren empfiehlt die *CIMA GmbH* ein individuelles Flächenmanagement für Simbach am Inn. Dieses sollte u.a. die Hauseigentümer bei der effektiven Nutzung ihrer Immobilien unterstützen. So kann eine Verbesserung des Branchen- und Funktionsmixes erlangt werden (vgl. ebd., S. 44). Diese beiden Punkte gehen einher mit den Empfehlungen für den Gastronomiebereich und müssen nicht mehr extra aufgezählt werden. Das Konzept beinhaltet als nächstes die Empfehlung, die innerstädtischen Einkaufsbereiche besser zu verbinden. In der derzeitigen Situation werde entweder nur ein Teil der Innenstadt aufgesucht oder aber das Auto genutzt, um von A nach B zu kommen, was zu einer entsprechenden Verkehrsbelastung führe. In diesem Zusammenhang wird empfohlen, den

Kirchenplatz als Dreh- und Angelpunkt umzugestalten (vgl. ebd., S. 45). Um die Aufenthaltsqualität zu verbessern, folgt als weitere Empfehlung, Aufenthaltsbereiche am Rathausvorplatz, in der Innstraße 22 und 25, sowie 35 bis 37 und 37 bis 41 zu schaffen. Damit einher geht die Innenstadtmöblierung, die als letzter Unterpunkt in diesem Gliederungsabschnitt aufgegriffen wird. Der Kirchenplatz ist mit anderen Elementen ausgestattet als die restliche Innenstadt, was geändert werden sollte. Gemeinsam mit der Wirtschaft sollte außerdem eine Gestaltungsrichtlinie eingeführt werden, um für ein einheitliches Gesamtbild in Simbach am Inn zu sorgen (vgl. ebd., S. 46).

Im Bereich Marketing (Kapitel 6.4) wird empfohlen, die Serviceorientierung der Betriebe mit einer einheitlichen Strategie, z.B. im Rahmen der bereits bestehenden Werbegemeinschaft, mit weiteren Aktionen und Maßnahmen herauszustellen (vgl. ebd., S. 47). Auch eine stärkere Orientierung zum Erlebniskauf, bei dem das Einkaufen eher als Freizeitbeschäftigung als als Versorgungsvorgang gesehen wird, sollte gefördert werden. Verkaufsoffene Sonntage, Themenwochen, Test- und Probierzonen, Spielecken für Kinder u.v.m. werden in diesem Zusammenhang vorgeschlagen. Des Weiteren sollte ein dialog-orientiertes Stadtmarketing zusammen mit allen Beteiligten ausgebaut werden (vgl. ebd., S. 48).

Das letzte Kapitel schließt mit Erläuterungen und Methodik-Angaben, wie z.B. Definitionen etc., die im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht weiter von Bedeutung sind.

3.3. Immobilien-Masterplan von „Standort und Markt“

Als weitere Institution wurde die *Standort + Markt BeratungsgmbH*, kurz *S+M*, von der *INTERREG* geförderten *Stadt-, Tourismus- und Standortmarketing Braunau-Simbach GmbH* mit einem Konzept beauftragt. Beim sog. *Immobilien-Masterplan* wird anders als beim soeben vorgestellten Projekt ein Fokus auf Simbach im Zusammenspiel mit der oberösterreichischen Nachbarstadt Braunau am Inn gelegt. Derzeit liegt die erste Arbeitsstufe vor, d.h. eine Analyse der Standort-Marktsituation. Eine Erarbeitung eines immobilienwirtschaftlichen Masterplans sowie die Umsetzung dieses Masterplans inklusive eines Coachings sind weitere geplante Schritte. Der Bericht zur Arbeitsstufe 1 umfasst auf insgesamt 67 Seiten neun Kapitel und wird im Rahmen der vorliegenden Arbeit ebenfalls in seinen Kernaussagen zusammengefasst.

Nach den einleitenden Worten stellt Kapitel zwei den Einzelhandel im Überblick vor. Der Makrostandort Braunau zählt 16.700 Einwohner und verzeichnet seit 2001 eine positive Bevölkerungsentwicklung von 2,3%, liegt damit aber unter dem österreichischen Durchschnitt (8,3%). Auch der Pendlersaldo ist positiv. Lediglich eine geringe Bedeutung kommt mit 2,4 Nächtigungen je Einwohner (im Vergleich zu 15,4 Nächtigungen im österreichischen Durchschnitt) dem Tourismus zu. Der Makrostandort Simbach umfasst 9.000 Einwohner und hat seit 2003 einen Bevölkerungsrückgang von -1% zu verzeichnen. Touristisch gesehen kommen 4,7 Nächtigungen auf einen Einwohner. Für die Handlungszonen allgemein – mit Hauptaugenmerk auf die jeweiligen City-Bereiche – sind in sechs Agglomerationen 375 Shops auf fast 120.000 m² Verkaufsfläche festzuhalten. Die untersuchten City-Bereiche zählen insgesamt 220 Shops mit einer Verkaufsfläche von 29.000 m². Damit sind die City-Bereiche deutlich kleinteiliger strukturiert als die peripheren Lagen (vgl. *S+M 2017*, S. 3). Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Handelszonen.

Tab. 1: Handelszonen in Braunau und Simbach (Quelle: S+M 2017, S. 4)

Agglomerationen Braunau - Simbach	Anzahl Shops	Verkaufsflächen		Leerstand		Umsatz (Mio €)	Ø Shop- größe
		gesamt in m ²	Anteil Retail	m ²	%		
Braunau City ¹	108	12.856	53%	2.300	18%	33,2	119
Braunau City 2 ⁸	21	1.945	40%	530	27%	3,3	93
Interspar EKZ Braunau	12	5.915	90%	0	0%	25,8	493
Braunau - Erlachweg	33	15.451	69%	800	5%	37,2	468
Braunau - Erlachweg inkl Interspar	45	21.366	75%	800	4%	63,0	475
Braunau Süd	16	29.135	100%	0	0%	53,4	1.821
Braunau am Inn Streulage	18	7.840	79%	800	10%	24,8	436
Braunau am Inn gesamt	208	73.142	80%	4.430	6%	177,7	352
Simbach City	111	15.940	33%	3.730	23%	33,3	144
Rennbahncenter	13	9.750	99%	0	0%	29,3	750
Simbach West	13	6.600	69%	650	10%	18,4	508
lokale Agglomeration Simbach	8	3.770	91%	250	7%	13,2	471
Simbach Streulage	21	9.290	81%	1.450	16%	27,5	442
Simbach gesamt	166	45.350	67%	6.080	13%	121,7	273
Gesamtergebnis	374	118.492	75%	10.510	9%	299,5	317

Kapitel 3 beschäftigt sich mit dem Einzelhandel in den City-Bereichen. In einem ersten Gliederungsabschnitt wird im Rahmen der Methodik die Abgrenzung des Untersuchungsgebiets erläutert, das in Simbach aufgrund der verstreuten Geschäftslagen weitläufiger ist. Der Geschäftsbesatz von Braunau ist kompakter und findet sich auf engerem Raum. Dies erklärt das fehlende „City-Feeling“ in Simbach am Inn. Zum Beispiel wird die Maximilianstraße auf den ersten Blick nicht mehr zum City-Bereich gezählt, obwohl dort attraktive Betriebe angesiedelt sind (vgl. ebd., S. 7f.). Eine einzelbetriebliche Darstellung des City-Bereichs Braunau (Kapitel 3.2) ergab unter anderem einen Anteil an Bekleidungsgeschäften von lediglich 8 % an den Gesamtverkaufsflächen, was im Vergleich zu anderen Cities als relativ gering einzuschätzen ist (vgl. ebd., S. 13). Die einzelbetriebliche Darstellung für den City-Bereich Simbach (Kapitel 3.3) zeigt folgende Bedarfsgruppen auf:

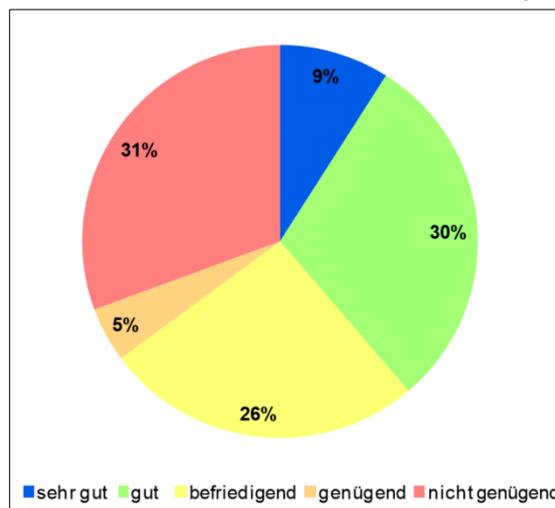
Tab. 2: Bedarfsgruppen in Simbach-City (Quelle: S+M 2017, S. 28)

Bedarfsgruppe	Anzahl Shops	VK-Fläche m ²	Anteil nach der Anzahl	Anteil nach der VkfI
Kurzfristbedarf	5	390	5%	2%
Bekleidung inkl. Schuhe	8	1.870	7%	12%
Wohnungseinrichtung	3	530	3%	3%
sonstiger Hausrat	2	420	2%	3%
sonst. Auswahlbedarf	20	2.240	18%	14%
EH-begleitend	40	6.760	36%	42%
Leerstände	33	3.730	30%	23%
gesamt	111	15.940	100%	100%

Der Anteil des Einzelhandels umfasst lediglich ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche, was bei Weitem unter dem Durchschnitt liegt (73% in Österreich). Der Anteil der einzelhandelsbegleitenden Nutzungen, z.B. Casino oder Kino, ist dagegen überdurchschnittlich. Dasselbe gilt für die Leerstandsfläche. Dies lässt sich jedoch durch die Folgen des Hochwassers erklären. Dennoch müssen auch die geringe Attraktivität der Innstraße und Münchner Straße durch den Durchzugsverkehr, die abgetrennte Lage der Maximilianstraße und damit ein fehlender optischer einheitlicher Geschäftsbereich, sowie die weitläufige Verteilung der City als Gründe für den Leerstand genannt werden. Des Weiteren ist das Angebot an Kurzfristbedarf relativ gering (vgl. ebd., S. 28). Dies liegt daran, dass sich Lebensmittel- und Drogerieanbieter knapp außerhalb des City-Bereichs befinden. Das Bekleidungsangebot ist

im Bereich des Einzelhandels zwar am stärksten vertreten, jedoch ebenfalls unter dem Durchschnitt. Es weist mit 234 m² Verkaufsfläche die größte Shopgröße im Einzelhandel auf. Bereiche wie „Sonstiger Hausrat“ und „Wohnungseinrichtung“ sind nur wenig vertreten. Die Auswertung nach dem Filialisierungsgrad zeigte auf, dass 21% der Simbacher Betriebe filialisiert bzw. in einem Franchise-Verhältnis stehen, immerhin noch 79% agieren als Einzelunternehmer. Dies bedeutet, dass der Filialisierungsgrad in der Simbacher City sehr gering ist (vgl. ebd., S. 29). Bei der Auswertung der Bausubstanz stellte sich heraus, dass circa 60% der Gebäude neuwertig und intakt sind (v.a. in der Maximilianstraße), 8% dagegen stark sanierungsbedürftig oder gar abbruchreif (v.a. in der südlichen Innstraße bis zur Neuen Gasse und dem Wittelsbacher Haus). Auch die Zuschnitte der Geschäftslokale wurden untersucht. Dabei ergab sich, begründet durch die Umbauarbeiten nach dem Hochwasser und wenig historische Gebäude, dass die Geschäftslokale mit einem Wert von 87% nicht verwinkelt, sondern sehr übersichtlich zugeschnitten sind (vgl. ebd., S. 30). In Unterpunkt 3.3.5 wurde das Ergebnis der Analyse der Attraktivität des Geschäftsportals vorgestellt. Nach subjektiver Wahrnehmung wurden 16% der Geschäftsportale als einladend (meist in der Maximilianstraße), 61% als neutral und 23% als abweisend eingeschätzt. Die darauffolgende Auswertung nach der Attraktivität der Preislage des Sortiments ergab folgende Zahlen: 5% der Betriebe verfügen über ein günstiges, 86% über ein durchschnittliches und 9% über ein hochpreisiges Sortiment. Das geringfügige hochpreisige Sortiment ist aufgrund eines unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus plausibel (vgl. ebd., S. 31). Was die Bewertung der modischen Ausrichtung der Simbacher Geschäfte anbelangt, so konnten nur 32 Geschäfte, d.h. 29% der insgesamt vertretenen City-Betriebe, berücksichtigt werden. Diese niedrige Zahl zeigt auf, dass der Geschäftsbesatz city-inadäquat ist. Von den untersuchten Geschäften galten immerhin 16% als modisch, 56% als zeitlos und 28% als unmodisch (vgl. ebd., S. 32). Der visuelle Gesamteindruck, bei dem die zuvor aufgeführten Kriterien zusammengefasst wurden, ergab nach Anzahl der Betriebe folgendes Bild:

Abb. 2: Visueller Gesamteindruck nach Anzahl der Betriebe (Quelle: S+M 2017, S. 33)

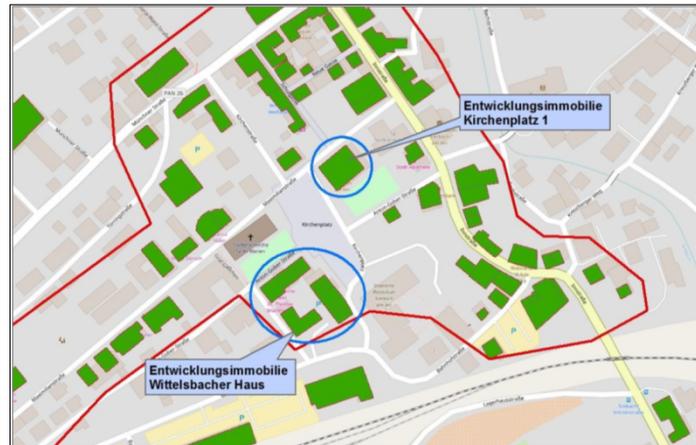


Ein „ungenügend“ erhielten nur leerstehende Betriebe. Die unattraktivsten Betriebe befinden sich tendenziell in der südlichen Innstraße und im Wittelsbacher Haus. Einige attraktive Betriebe befinden sich im Bereich Innstraße/Münchener Straße/Schulgasse/Neue Gasse und auch in der Maximilianstraße befinden sich „gute“ bis „befriedigende“ Betriebe (vgl. ebd., S. 32). Das Kapitel 3 schließt mit der Aussage, dass der gesamte City-Bereich in sämtlichen Bedarfsgruppen weitere Betriebe benötigen würde. Das Einzelhandelsangebot wird mit nur 38 Geschäften und 5.500 m² Verkaufsfläche als deutlich zu gering bewertet und die Stadt

Braunau im Vergleich dazu (54 Betriebe, 6.800 m²) als attraktiver eingeschätzt (vgl. ebd., S. 33).

Im vierten Kapitel sollen interessante innerstädtische Liegenschaften aufgedeckt und deren Weiterentwicklungschancen in den Sektoren Handel, Gastronomie, Dienstleistung, Wohnen und Gewerbe überprüft werden (vgl. ebd., S. 42). Für Simbach am Inn stellte es sich durch den verstreuten Geschäftsbesatz als schwierig heraus, einen einzigen Hauptgeschäftsbereich herauszufiltern. Auch attraktive Immobilien für eine etwaige Weiterentwicklung waren nur spärlich anzutreffen. Folgende Liegenschaften wurden herausgearbeitet:

Abb. 3: Entwicklungsimmobilien in Simbach-City (Quelle: S+M 2017, S. 43)



Zunächst bietet der Kirchenplatz 1 als eine der größten Geschäftsflächen die Chance auf ein attraktives filialisiertes Kaufhaus auf zwei Etagen. Voraussetzung dafür ist jedoch die Schaffung von ausreichend Parkplätzen. Des Weiteren liegt im Wittelsbacher Haus eine Chance als Entwicklungsimmobilie. Es ist ursprünglich als Geschäftshaus angedacht, aufgrund begrenzter Parkmöglichkeiten erlebte es jedoch immer wieder eine Abwanderung. Mit Schaffung von mehr Parkraum könnte hier eine Geschäftsfläche von rund 1.400 m² entstehen. Als weitere Option bietet sich mit der Passauer Straße 8 die Entstehung eines neuen Komplexes für Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung und sonstige Freizeiteinrichtungen an. Dies wurde durch die Universität Passau angeregt und von S+M als positiv empfunden. Die Beraterfirma sieht darin aufgrund von in diesem Zusammenhang zu erwartenden Geschäftsumsiedlungen jedoch einen möglichen Nachteil für die Maximilianstraße und den Kirchenplatz (vgl. ebd., S. 43ff.).

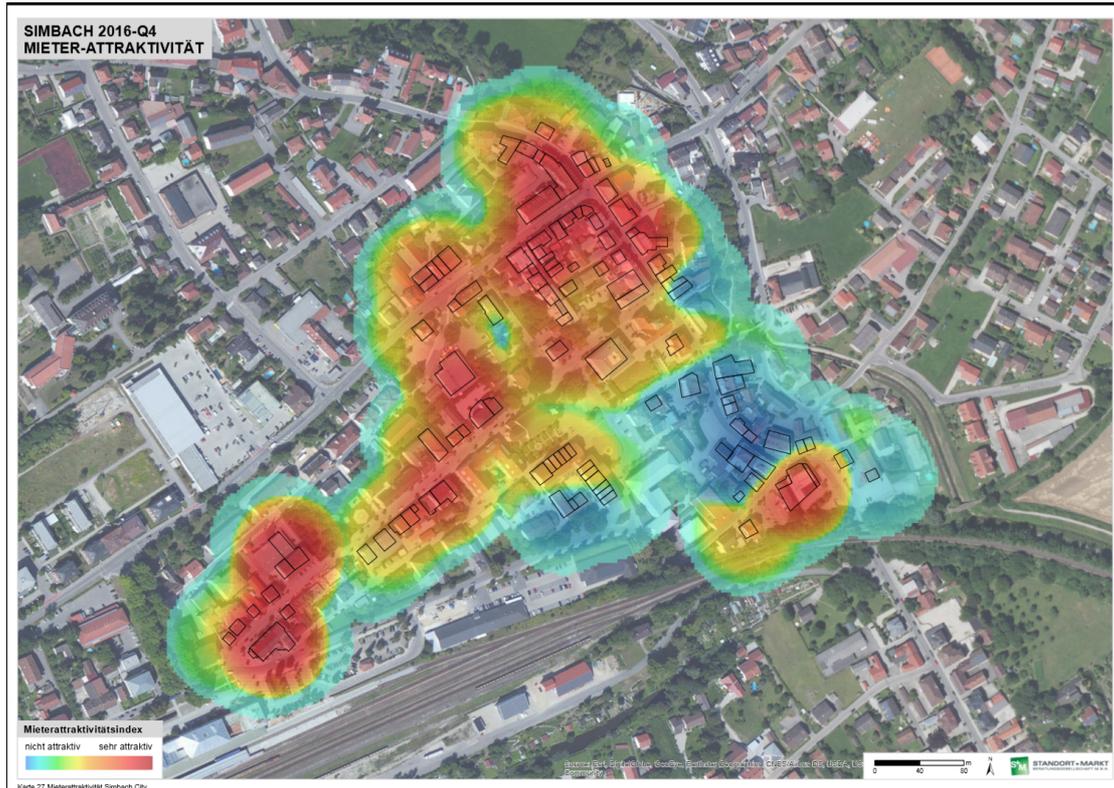
Punkt 4.3 geht als letzter Gliederungsabschnitt in Kapitel 4 auf eine mögliche Verbindung zwischen den Nachbarstädten Braunau und Simbach durch eine Belebung der Innstraße zwischen Eisenbahnbrücke und Inn ein. Die Begehung offenbarte allerdings Schwierigkeiten bei diesem Vorhaben, da einerseits die Entfernung zu weit ist, andererseits sich viele Gebäude in diesem Bereich nicht für eine Einzelhandelsnutzung eignen. Zudem sind durch die deutsch-österreichische Grenze auch zwei unterschiedliche Preisgefüge festzustellen. Die Lösung liegt darin, jeder Stadt ein eigenes Zentrum zu verschaffen. Dafür sollen Ankerbetriebe angesiedelt und ein für beide Städte ergänzendes, attraktives Angebot geschaffen werden (vgl. ebd., S. 45).

In Kapitel 5 folgt alsdann eine Analyse der Kundenherkunft und des Einzugsgebietes für die Stadt Braunau. Diese konnte aufgrund fehlender Daten nicht für Simbach am Inn erstellt werden. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird dieses Kapitel deshalb vernachlässigt.

Das nachfolgende Kapitel behandelt das Kaufkraftpotential und die Marktanteile für die beiden Nachbarstädte. Im gesamten Einzugsgebiet herrscht laut den Berechnungen von S+M ein Kaufkraftpotential von circa 770 Millionen € vor, davon knapp 350 Millionen € beim Kurzfrist- (d.h. Lebensmittel und Drogerieartikel) und beinahe 425 Millionen € beim Auswahlbedarf (d.h. Mode, Wohnen, Sonstiger Hausrat und Sonstiges) (vgl. ebd., S. 51). Bezüglich der Marktanteile wurde ein Umsatz von circa 260 Mio. € in Braunau und Simbach ermittelt, davon 60% in Braunau und 40% in Simbach. Für Simbach ergeben sich gemessen am Kaufkraftpotential folgende Zahlen: Im gesamten Einzugsgebiet weist Simbach einen geringen Marktanteil von 12,3% auf. Die am stärksten vertretene Bedarfsgruppe ist der „Sonstige Auswahlbedarf“ (19%). Die Bedarfsgruppen Kurzfristbedarf und Bekleidung erreichen jeweils einen Marktanteil von 14% bzw. 14,4%, der Sonstige Hausrat kommt auf lediglich 9%. Die Warengruppe Wohnen hingegen ist überspitzt formuliert gar nicht erst in Simbach vertreten, da der Marktanteil nicht einmal 1% beträgt. Im Vergleich mit Braunau zeigt sich, dass die Einzelhandelskompetenz eindeutig in Braunau liegt. Zudem sind die dortigen Betriebe durchwegs moderner und kompakter als in Simbach (das Rennbahncenter ausgenommen). Des Weiteren konstatiert der Bericht, dass zwischen den beiden Städten reger Einkaufsverkehr herrscht, wobei Lebensmittel eher in Österreich, Drogeriewaren eher in Deutschland gekauft werden (vgl. ebd., S. 53).

In Kapitel 7 wurde für jeden einzelnen Betrieb ein Mieterattraktivitätsindex erstellt. Dabei wurde auf Basis des durchschnittlichen österreichischen Umsatzes sowie bestimmter Flächenleistungskennzahlen (später dann umgelegt auf Deutschland) zunächst eine fiktive Größe zur betriebseigenen Frequenz je m² ermittelt. Daraufhin wurde überprüft, ob diese Frequenz eigenständig oder durch andere Betriebe unterstützt generiert wird. Im letzten Schritt wurde diese fiktive Zahl mit der Verkaufsfläche multipliziert. Daraus ergibt sich für jeden einzelnen Betrieb eine Kennzahl zu dessen Attraktivität. Für die Simbacher Betriebe wurde so ein Attraktivitätswert von nur 355 Punkten errechnet (im Vergleich: 656 Punkte für Braunau). Dieser geringe Punktwert ist mit der hohen Leerstandsquote zu begründen. Der Städteverband Braunau-Simbach insgesamt verfügt über einen Mieterattraktivitätsindex von 6.137 Punkten, was einem sehr hohen Wert entspricht. Andere vergleichbare Städte erreichen i.d.R. nur Werte zwischen 2.200 und 2.800 Punkten (vgl. ebd., S. 54). Größtenteils ist die hohe Attraktivität durch die peripheren Agglomerationen, darunter das Rennbahncenter in Simbach, zu erklären. Dies bedeutet, dass die peripheren Lagen deutlich stärker als die City-Bereiche sind. Im Gliederungsabschnitt 7.1 wurden daher konkret die Kennzahlen innerhalb der City-Bereiche betrachtet und in einer Heat-Map (siehe Abb. 4) dargestellt. Für Simbach zeigt diese, dass attraktive Bereiche häufig durch wenig attraktive Zonen unterbrochen werden. Zu diesen zählen die Innstraße zwischen Casino und Neue Gasse, der südliche Kirchenplatz/das Wittelsbacher Haus, die Kirchenstraße sowie Teile der Maximilianstraße (Altersheim, Grünflächen, sonstige Nutzung).

Abb. 4: Der Mieterattraktivitäts-Index in der Heat-Map (Quelle: S+M 2017, S. 57)



Es folgt das achte Kapitel. Dieses beinhaltet Untersuchungen zum Nachfragepotential im Raum Simbach-Braunau sowie qualitative Bewertungen der bestehenden Wohnlagen. Bezüglich des Nachfragepotentials ist im Gegensatz zu Braunau (+2,4%) seit 15 Jahren ein Bevölkerungsrückgang von -1,1% zu verzeichnen. Allerdings liegen seit 2013 steigende Bevölkerungszahlen vor (vgl. ebd., S. 58). Dies ist auf einen positiven Wanderungssaldo zurückzuführen. Ein positiver Wanderungssaldo ist wiederum dahingehend relevant, als sich daraus meist ein kurzfristiger Wohnungsbedarf ergibt. Für die Berechnung des Wohnungsbedarfs ist jedoch neben der Bevölkerungsentwicklung auch die Haushaltsprognose relevant. Diese wird ihrerseits durch Familiengröße, Altersstruktur, Scheidungsrate, Mobilität sowie wirtschaftliche Entwicklung beeinflusst. Es ist festzuhalten, dass die Haushalte in Zukunft kleiner werden und eine Tendenz zum Single-Haushalt vorliegt. Demgegenüber steht der aktuelle Bestand an Wohneinheiten. Simbach weist mit 47 km² ein weitläufigeres Gemeindegebiet auf als Braunau (25km²) und hat eine geringere Bevölkerungsdichte. Daher ist in Simbach der Anteil an Ein- oder Zweifamilienhäusern (54%) höher als in Braunau (41%). Beide Städte verzeichnen einen Wohnungsüberschuss (vgl. ebd., S. 60). Trotzdem sind nicht alle Wohneinheiten auch bewohnbar, sondern viele renovierungsbedürftig. In Simbach gibt es z.B. aufgrund der Flutkatastrophe nur wenige freie und bewohnbare Wohneinheiten. Auch in Zukunft ist ein Wohnungsmangel möglich (vgl. ebd., S. 61f.). Neue Wohneinheiten entstehen meist im Zuge einer Verdichtung, d.h. durch Anschluss an bereits bebaute Gebiete. In Simbach ist hier das Neubaugebiet „Weinleiten“ zu nennen (vgl. ebd., S. 63). Eine sogenannte Wohnlagenkarte zeigte abschließend auf, dass „gute“ Wohnlagen eher in Braunau zu finden sind, in Simbach dagegen eher „einfache“.

Der Bericht von S+M endet schließlich mit einer Zusammenfassung der untersuchten Thematik. Nach Darstellung der bisher gewonnenen Erkenntnisse soll nun im Folgenden auf die Methodik der vorliegenden Erhebung eingegangen werden.

4. Beschreibung der Methodik

4.1. Beschreibung der Methodik: Excel-Tabelle mit Kartierungsgrundlagen

Die Grundlage für ein neues Einzelhandelskonzept der Stadt Simbach bilden leitfadengestützte Interviews mit den Einzelhändlern im Untersuchungsgebiet. Um sowohl für diese qualitativen Befragungen als auch für die Stadt Simbach selbst einen Übersichtsplan zu allen Gebäuden und Einzelhändlern im Untersuchungsgebiet liefern zu können, wurde im Vorlauf eine Excel-Tabelle (siehe Anhang) mit einer Einzelhandelsübersicht erstellt. Unter der Leitfrage „Wie war der Einzelhandel in Simbach am Inn vor dem Katastrophenhochwasser 2016 strukturiert?“ wurden alle Gebäude mit ihren Eigentümern und Pächtern im Untersuchungsgebiet in die Auflistung mitaufgenommen. Konkret sind neben der Adresse und der Eigentümer- bzw. Pächternennung auch der Name und die Art des Geschäftes sowie die aktuelle Nutzung miteingeflossen. Somit konnte für die Leitfadeninterviews eine problemlose Kontaktaufnahme mit den Immobilieneigentümern und Pächtern gewährleistet werden. Darüber hinaus war es durch diese Kartierungsgrundlage möglich, eine detaillierte Übersicht über dauerhaft leerstehende, seit dem Hochwasser leerstehende und dauerhaft genutzte Flächen im Untersuchungsgebiet zu erhalten. Im Nachgang kann dadurch besser nachvollzogen werden, ob bestimmte Einzelhändler ihr Geschäft aufgegeben, wieder aufgebaut, durchgehend weitergeführt oder an einem anderen Standort neueröffnet haben. Für die später folgenden Handlungsleitlinien und -projekte sind diese Informationen von großer Relevanz, um potenzielle Motivationen und Beweggründe für oder gegen eine Wiedereröffnung eines Geschäfts herauszuarbeiten und Synergieeffekte zwischen einzelnen Händlern zu erörtern.

Erstellt wurde die Excel-Tabelle anhand von Begehungen vor Ort und direktem Nachfragen unmittelbar bei den Einzelhändlern bzw. bei ortskundigen Bürgern und der Stadt Simbach selbst. Eine Eigentümerliste für das Untersuchungsgebiet wurde seitens der Stadt ebenfalls zur Verfügung gestellt. Zum Untersuchungsgebiet für die Einzelhandels-Auflistung zählen in erster Linie die vom Hochwasser 2016 stark betroffenen Bereiche. Dazu gehört vor allem die Innstraße bis zur Kreuzung von Münchner und Passauer Straße. Um das komplette Ausmaß der Naturkatastrophe zu erfassen, ist auch die Aufnahme indirekt betroffener Bereiche erforderlich. Dazu gehören Teile der Passauer Straße, der Bachstraße und der Maximilianstraße. In diesen Bereichen hat das Hochwasser nur marginal oder keine Spuren hinterlassen, dennoch waren die dort ansässigen Einzelhändler während Aufräumarbeiten dazu gezwungen, ihr Geschäft vorübergehend zu schließen bzw. haben durch die Sperrung der Innstraße Auswirkungen auf den Umsatz durch fehlende Kunden zu spüren bekommen. Außerdem sind vereinzelte Einzelhändler aus der Innstraße in die benachbarten Gebiete mit ihren Geschäften umgezogen. Aufgrund dieser Ausweitung des Untersuchungsgebiets kann eine umfassende Analyse des Einzelhandels und daran anknüpfender Konsequenzen wie zum Beispiel mögliche Synergieeffekte thematisiert werden.

4.2. Beschreibung der Methodik: Kartierung

Aus den Informationen der Excel-Tabelle (Kapitel 4.1) wurden fünf Karten erstellt, die vor allem der Visualisierung und Übersichtlichkeit dienen. Durch die beiden ersten, in Kapitel 5.2 (Analyse und Auswertung Kartierung) präsentierten Karten wird der Kontrast zwischen der Situation vor dem Hochwasser und der jetzigen Situation im September 2017 deutlich. Drei weitere Karten in Kapitel 5.3 (Analyse und Auswertung Workshop) dienen der Visualisierung der Ideen der Bürger, die bei dem Bürgerworkshop gesammelt wurden. Die Status-quo-Karte wurde hier mit Parkplatzsymbolen, Kennzeichnung von Flächen für Außengastronomie und weiteren innovativen Ideen zu einer „Zukunftsvision“ versehen. Weitere Informationen für die Karten wurden durch die Interviews mit den Einzelhändlern generiert.

Im Rahmen des Bürgerworkshops wurde ein erster Entwurf der Karte an zwei Stationen verwendet. Die Anmerkungen und Verbesserungsvorschläge der Workshop-Teilnehmer wurden anschließend in die Karte eingearbeitet.

Die Grundlagedaten der Karte stammen vom Amt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung Pfarrkirchen mit Außenstelle Simbach am Inn und wurden mit ESRI ArcGIS bearbeitet und visualisiert.

Bei den Karten wurden die Gebäudenutzungsarten in verschiedene Sparten eingeteilt, die farblich eindeutig voneinander getrennt sind. Die Sparten umfassen Einzelhandelsbetriebe, Dienstleistungsbetriebe, Gastronomie, Öffentliche Gebäude, Leerstände und Wohngebäude/Sonstige Nutzung/Keine Angabe.

4.3. Beschreibung der Methodik: Workshop

Bürgerbeteiligung und interaktive Arbeitsmethoden bilden einen zentralen Kernaspekt bei der Formulierung einer Einzelhandelsstrategie für die Innenstadt Simbachs. Damit die wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und strukturellen Probleme im Untersuchungsgebiet bei den Bürgern Gehör finden, hat die Stadt Simbach einen Workshop-Abend eingerichtet, bei dem Betroffene und Interessierte die Möglichkeit erhielten, Wünsche und Vorschläge für die Innstraße zu äußern bzw. neue Anregungen und Ideen zu bekommen. An vielfältigen Stationen innerhalb der Wirtschaftsgeographie hatten die Bürger die Gelegenheit, selbst interaktiv Probleme zu lokalisieren und Ideen zu entwickeln. Im Folgenden sollen die einzelnen Teilbereiche der Workshop-Station "Wirtschaftsgeographie" genauer erläutert werden:

Best-Practice Beispiele aus anderen Städten

Um den lokalen Einzelhandel zu stärken und eine urbane Infrastruktur zu schaffen, die zu einer erhöhten Aufenthaltsdauer innerhalb einer Stadt beiträgt, haben andere deutsche Städte bereits innovative Ideen entwickelt. Diese wurden über eine Pinnwand präsentiert und zur Diskussion freigestellt. Inwiefern dabei potenzielle Chancen für die Stadt Simbach zur Adaptierung offenstehen, konnten die Bürger selbst einer Prüfung unterziehen.

Zitate und Grafiken aus den Leitfaden-Interviews

An einer weiteren Pinnwand waren einige richtungsweisende und prägnante Zitate aus den bereits geführten Leitfadeninterviews aufgelistet. Daneben war in diversen Grafiken veranschaulicht, welche Kernaussagen sich wie oft in wie vielen Gesprächen bereits wiederholt hatten. Diese Station hatte in erster Linie den Hintergrund, die Bürger über die (anonymisierten) Meinungen und Vorschläge ihrer Mitbürger zu informieren. Dabei konnte

man ein Gesamtbild gewinnen, welche Aussagen und Vorschläge unter den Bürgern besonders große Zustimmung oder Ablehnung gefunden hatten. Die Zitate verfolgten außerdem den Zweck, einige Ideen weiter auszubauen bzw. zu konkretisieren. Diese Art Gedankenanstöße konnten so einigen Bürgern zu eigenen Ideen verhelfen.

Früher vs. Heute: Postkarten zeigen das „alte“ Simbach

Postkarten und diverse weitere „alte“ Bilder aus der Innenstadt Simbachs sollen den Bürgern an einer dritten Station verdeutlichen, wie das urbane Stadtbild früher ausgesehen und der Einzelhandel funktioniert hat. Im Kontrast dazu stehen aktuelle Bilder mit Leerständen und vom Hochwasser zerstörten Gebäude, die von einem brachliegenden Einzelhandel und fehlender Urbanität im Innenstadtgebiet zeugen. Die Station hatte zum Ziel, die Bürger über das frühere Simbach zu informieren und Gespräche über mögliche Strategien entstehen zu lassen. Unter der Leitfrage „Wie kann der Einzelhandel und die Innstraße wieder so urban belebt werden wie früher?“ konnten sich Interessierte über Möglichkeiten austauschen, Besonderheiten Simbachs aus den 1970er und 1980er Jahren wiederaufleben zu lassen.

Status-Quo-Karte

Anhand einer GIS-Karte, die das Untersuchungsgebiet der Innstraße mit den benachbarten Gebieten veranschaulicht, konnten die Bürger an dieser Station mit Klebepunkten selbst Brennpunkte und Probleme im Untersuchungsgebiet lokalisieren. Dadurch ist eine detaillierte Übersicht entstanden, die es erlaubt, zentrale Problempunkte im wirtschaftlichen, infrastrukturellen oder gesellschaftlichen Sinne auszumachen. Daneben wurden die Stimmen und Meinungen der Bürger auf Karteikarten gesammelt und an einer Flipchart dargestellt.

Karte mit Möglichkeit zum Zeichnen

Der zentrale Punkt am Workshop-Stand der Wirtschaftsgeographie war eine Karte des Untersuchungsgebiets, auf der die Bürger auf einem Krepppapier selbst Probleme mit dem Stift lokalisieren und Verbesserungsvorschläge einzeichnen konnten. Diese Methode verfolgte das Ziel, die Bürger zum Nachdenken anzuregen und eigene Wünsche in der Karte vermerken zu können. Zentrale Leitfragen wie „Wo fühlen Sie sich wohl oder nicht?“, „Wo fühlen Sie sich sicher oder nicht?“, „Was fehlt, um die Aufenthaltsqualität zu verbessern?“, „Wo ist der Verkehr in Bezug auf den Einzelhandel nicht optimal?“ sollten die Bürger mit den Kernthesen der Forschung konfrontieren und zur aktiven Mitarbeit und Einbringung von Ideen und Wünschen animieren und auffordern.

4.4. Beschreibung der Methodik: Leitfadengestütztes Interview

Um ein nachhaltiges Rahmenkonzept der zukünftigen Gebäude- und Flächennutzung formulieren zu können, werden die bereits vorgestellten Methoden um Interviews mit den Einzelhändlern der Stadt Simbach am Inn ergänzt.

4.4.1. Merkmale des leitfadengestützten Interviews

Interviews sind besonders dann ein geeignetes Erhebungsinstrument, wenn Sachverhalte untersucht werden sollen, über die noch nirgends etwas geschrieben steht, oder wenn kontroverse Meinungen und Argumente erfasst werden sollen (vgl. Meier Kruker / Rauh 2005, S. 62).

Der Vorteil des persönlichen Interviews besteht besonders im Mehrwert an Informationen. Über Verhalten, Mimik und Gestik können zusätzliche Schlüsse gezogen werden und missverständliche Fragen oder Antworten – im Gegensatz zu einem Fragebogen – leicht geklärt werden. Außerdem können Umwelteinflüsse in die Auswertung des Gesprächs

integriert werden. Natürlich liegt darin auch die Gefahr, dass externe Einflüsse (z.B. laute Umgebung) oder interne Wechselwirkungen (z.B. kommunikative Fähigkeiten des Gesprächspartners) auch die Kontrolle des Interviewers über die Unterhaltung verändern und somit die Ergebnisse verfälschen. Umgekehrt beeinflussen ebenfalls das Verhalten des Fragestellers oder seine Tagesform den Interviewten und dessen Antworten. Diese Aspekte müssen vorab und während des Gesprächs berücksichtigt werden.

Die Vorstrukturierung und Standardisierung des Interviews ist bei einer größeren Anzahl an Interviewpartnern sinnvoll. Vorstrukturiert bedeutet, dass das Thema des Interviews vorab in einzelne Teilthemen gegliedert wird, und festgelegte Fragen in einer bestimmten Reihenfolge gestellt werden. Standardisiert heißt, dass allen Befragten die genau gleichen Fragen gestellt werden. Durch die Vorstrukturierung und Standardisierung ergibt sich ein Interviewleitfaden, durch den die Auswertung und Vergleichbarkeit der Interviews erleichtert wird (vgl. ebd. S. 64).

Durch Vorstrukturierung lässt sich das subjektive Moment in der spezifischen Befragungssituation nicht gänzlich beheben. Somit kann sich die Dynamik eines Gesprächs, die von derart vielen Faktoren abhängt, auch währenddessen mehrmals ändern. Die Herausforderung für den Interviewer ist es dann, die Kontrolle im Gespräch zu behalten, dem Leitfaden zu folgen und gleichzeitig offen auf die zusätzlichen Aspekte des Befragten einzugehen (vgl. ebd. S. 64f.).

4.4.2. Inhalt und Aufbau des Interviewleitfadens

Die Fragen des leitfadengestützten Interviews in Simbach am Inn sind in Kategorien unterteilt, um das Gespräch sowohl für den Interviewer als auch den Interviewpartner übersichtlicher zu gestalten und inhaltlich zu gliedern. Die Kategorien sind: Daten zur Person und zum Geschäft; Situation vor dem Hochwasser / Hochwasser / derzeitige Situation / zukünftige Situation; Erreichbarkeit (Verkehr); Nutzungsangebot; zukünftige Gestaltung Simbachs. Der vollständige Interviewleitfaden befindet sich im Anhang.

Begonnen wird mit den *Daten zur Person und zum Geschäft*, da diese einfach zu beantworten sind und den Einstieg in die Interviewsituation erleichtern. Dabei wurden grundsätzliche Informationen zum Interviewpartner und dessen Geschäft erfragt (Art des Geschäfts, Adresse des Geschäfts, Eigentümer/ Pächter, Kontaktadresse).

Die zweite Kategorie beinhaltet Fragen zur *Situation vor dem Hochwasser* (Welche Probleme in Bezug auf den Einzelhandel in Simbach gab es schon vor dem Hochwasser? Eigenes Geschäft / Probleme allgemein z. B. Internethandel), *den Auswirkungen des Hochwassers auf das Geschäft* (Welche Auswirkungen hatte das Hochwasser im Sommer 2016 auf Ihr Geschäft? Geschäft bereits wiedereröffnet / noch nicht wiedereröffnet/ woanders wiedereröffnet / Geschäftsaufgabe) und den *Beeinträchtigungen, die aufgrund des Hochwassers heute noch vorhanden sind*.

Im dritten Abschnitt geht es um die *Erreichbarkeit* des eigenen Geschäfts durch verschiedene Verkehrsmittel (Autofahrer / Radfahrer / Fußgänger) und um das präferierte Verkehrssystem für Simbach (Welches Verkehrssystem bevorzugen Sie für Ihr Geschäft? (Verkehrsberuhigter Geschäftsbereich / Einbahnstraßensystem / bisherige Situation). Auch die Parkmöglichkeiten für das Geschäft des befragten Einzelhändlers bzw. die Parkmöglichkeiten in Simbach allgemein sollen bei dieser Kategorie diskutiert werden.

Die vierte Kategorie des Interviewleitfadens beschäftigt sich mit dem bereits vorhandenen bzw. für die Zukunft wünschenswerten *Nutzungsangebot* in Bezug auf den Einzelhandel. Dabei soll untersucht werden, ob es zwischen den bereits vorhandenen Geschäften Synergieeffekte gibt oder ob eventuell Synergieeffekte durch bestimmte, neue Geschäfte hergestellt werden können (Gibt es Synergieeffekte von Nachbargrundstücken für Ihr Geschäft? D.h. profitieren Sie möglicherweise von einer bestimmten Funktion, einer Nutzung auf einer Nachbarimmobilie, einem Nachbargrundstück?). Außerdem sollen über- und unterrepräsentierte Branchen des Einzelhandels in Simbach am Inn ermittelt werden. Auch die spezifische überörtliche Konstellation – Braunau und Simbach als „Doppelstadt“ – soll bei den Befragungen berücksichtigt werden (Für welchen Bedarf fahren Sie / die Simbacher nach Braunau?). Um das Nutzungsangebot noch weiter analysieren zu können, ist auch der Bedarf relevant, für den die Simbacher weiter weg fahren, wie z.B. nach Salzburg, Passau oder München. In Bezug auf das Geschäft selbst ist noch die Zufriedenheit mit dem Zuschnitt und der Fläche wichtig (Sind Sie mit dem Zuschnitt / mit der Fläche Ihres Ladenlokals zufrieden? Würden Sie ggf. eine größere / kleinere Fläche bevorzugen?).

Im letzten Abschnitt des Interviews haben die befragten Personen die Möglichkeit, sich Gedanken über die *zukünftige Gestaltung von Simbach am Inn* zu machen. Exemplarisch hierfür wird nach einer neuen Nutzung für den ehemaligen Stadl gefragt (Welche Nutzung für den ehemaligen Stadl bevorzugen Sie? Restaurants / Cocktailbar / Betreutes Wohnen im 1. Stock etc.). Ebenso haben die Befragten im Anschluss die Gelegenheit, sich frei über andere Gestaltungsoptionen und eigene Wünsche für die Stadt Simbach zu äußern.

Die Fragen an sich sind zum Großteil offene Fragen, die zum Erzählen einladen, während der Interviewer aufmerksam zuhören kann und höchstens hin und wieder nachfragt, um eine präzisere Antwort im Sinne der Fragestellung zu erhalten. Ein Wechsel zwischen mehrheitlich offeneren (z.B. Einschätzung des Nutzungsangebots in Simbach) und wenigen geschlosseneren Fragen (z.B. Zufriedenheit mit dem Zuschnitt / Fläche des Geschäfts) beeinflusst die Dynamik des Gesprächs positiv.

4.4.3. Durchführung

Bei qualitativen Arbeiten ist es sinnvoll, die Personen, die befragt werden, direkt aufzusuchen. Daher wurden alle Interviews "face-to-face" am Arbeitsort der Befragten durchgeführt. Die Umgebung konnte dadurch noch zusätzliche Impulse für das Gespräch geben. Alle Interviews wurden als Einzelinterviews mit zwei Interviewern durchgeführt. Dabei konnte sich ein Interviewer voll und ganz auf das Gespräch konzentrieren, während der andere Interviewer bereits Kernaussagen während des Gesprächs festhalten konnte. Zusätzlich wurden Tonaufnahmen der Interviews erstellt.

Zu Beginn des Gesprächs wurde eine kurze Erklärung gegeben, wofür die Interviews benötigt werden, sofern die Interviewpartner nicht bereits informiert waren. Eine Einführung ist sinnvoll, da die meisten der befragten Personen in der Regel weniger gewohnt sind, Interviews zu geben. Außerdem sollte den Interviewteilnehmern vorab bewusst sein, dass die Ergebnisse der Interviews dem Einzelhandel in Simbach helfen sollen. Am Ende des Interviews konnten sich alle befragten Personen über ihre zusätzlichen (persönlichen) Wünsche für den Einzelhandel in Simbach äußern.

Ein Interview dauerte durchschnittlich 20 Minuten, wobei jedoch auch kürzere und deutlich längere Interviews durchgeführt wurden.

4.4.4. Auswertungsmethodik

Aufgrund der begrenzten zeitlichen Ressourcen konnten die Interviews nicht transkribiert werden, jedoch ist zu jedem Interview ein Protokoll vorhanden, das auf der Grundlage der Tonaufnahmen angefertigt wurde. Dieses Protokoll ist eine Verbindung von wörtlichen Zitaten und zusammengefassten Kernaussagen der Interviewteilnehmer.

Bei der Analyse und Auswertung der Daten wurden zunächst Tabellen mit den Antworten von allen Personen zu einer Frage erstellt. Hierdurch ist für jede Frage ein Überblick über das gesamte Antwortspektrum verfügbar. Dabei ist vorauszusetzen, dass die Antworten im Protokoll auch bei der jeweiligen passenden Frage zu finden sind und nicht bei einer anderen Thematik (Antworten können z.B. bei einer anderen Frage zu finden sein, wenn der Interviewpartner eine Frage vorwegnimmt und diese „vorzeitig“ beantwortet. Bei der Erstellung der Protokolle wurde daher darauf geachtet, dass die thematisch passenden Antworten bei den jeweiligen Fragen stehen, um Auswertungsfehler zu vermeiden). Im Anschluss daran wurden wichtige Aussagen und Süsselsätze markiert. In einem weiteren Schritt wurden gleiche bzw. ähnliche Antworten und Ansichten gruppiert, wodurch sich das Antwortspektrum auf einige wenige Antworten reduzieren lassen konnte. Diese konnten im weiteren Verlauf graphisch dargestellt werden.

Die Tabellen mit den Antworten aller Personen zu den jeweiligen Fragen sind im Anhang zu finden.

5. Analyse und Auswertung

5.1. Analyse und Auswertung: Excel-Tabelle mit Kartierungsgrundlagen

Die in Kapitel 4.1 beschriebene Excel-Tabelle mit einer Auflistung aller im Untersuchungsgebiet ansässigen Einzelhändler und Immobilieneigentümer soll im Folgenden analysiert und hinsichtlich ihrer Funktionalität bewertet werden.

In der Innstraße und den umliegenden Straßen sind auch ein Jahr nach der verheerenden Hochwasserkatastrophe zehn Geschäfte dauerhaft geschlossen. Hier laufen auch (noch) keine Wiederaufbauarbeiten, die auf eine baldige Inbetriebnahme der Geschäftstätigkeiten schließen lassen. Dem gegenüber stehen allerdings 22 Geschäftsflächen, die durchgängig geöffnet waren, mittlerweile wieder eröffnet haben oder sich derzeit im Wiederaufbau befinden. Fünf Leerstände im Untersuchungsgebiet waren auch bereits vor der Naturkatastrophe ohne Nutzung. Diese Aufgliederung zeigt deutlich, dass der Einzelhandel noch Unterstützung in Bezug auf die Wiederaufnahme diverser Geschäftstätigkeiten braucht. In Anbetracht der Tatsache, dass das einschneidende Ereignis im Juni 2016 nur circa ein Jahr in Vergangenheit liegt, kann davon ausgegangen werden, dass die Motivation und der Wille, Veränderungen bezüglich Geschäftswelt und Infrastruktur in der Innenstadt vorzunehmen, groß sind. Ähnliche Tendenzen haben auch die Ergebnisse des Workshops gezeigt, vgl. Kapitel 5.2.

Dass möglichst verschiedene Branchen und Geschäftsarten zum Bild einer vielfältigen Innenstadt zählen, hat auch die Auswertung der Interviews in Kapitel 5.4 gezeigt. Dabei ist es allerdings wichtig, einen Status Quo der Geschäftsbereiche zu erheben. Die Datenaufnahme in der Excel-Tabelle hat gezeigt, dass neben einem Metzger, einer Bäckerei

und einer Buchhandlung auch speziellere Läden in der Innstraße eine Nische gefunden haben. Dazu zählt vor allem ein Dekorations- und Blumengeschäft (Limone), ein Reisebüro, eine Sattlerei und eine Druckerei. Diverse Apotheken, Versicherungen, Banken, ein Fliesenhandel, zwei Stoffgeschäfte sowie vereinzelte Schuh- und Modegeschäfte bilden nahezu das gesamte Einzelhandelsspektrum in Simbach ab. Inwiefern die Bürger der Stadt mit dem Angebot zufrieden sind, bzw. welche Branchen und Geschäfte nicht ausreichend repräsentiert sind, zeigt sich in der Auswertung der leitfadengestützten Interviews. Dabei soll auch die Frage im Zentrum stehen, wie in Zukunft die Einzelhandelsstruktur, möglicherweise durch Nischenhändler und einen Innenstadtbereich mit hoher Aufenthaltsqualität, so gestaltet werden kann, dass die Struktur des Untersuchungsgebiets für Simbacher Bürger und Externe gleichermaßen einladend ist.

5.2. Analyse und Auswertung: Kartierung

Um die Auswirkungen des verheerenden Hochwassers im Juni 2016 auf den Gebäudebestand der Simbacher Innenstadt darzustellen, eignen sich Karten besonders gut. Im Vergleich der zwei Karten „Vor dem Hochwasser“ und „Status quo“ wird deutlich, wo Leerstände flutbedingt dazugekommen sind, aber auch, wo schon vorher diesbezüglich Problembereiche bestanden.

Beide Karten sind der Übersichtlichkeit halber formal gleich gestaltet. Die Einteilung in die Nutzungssparten Einzelhandelsbetriebe, Dienstleistungsbetriebe, Gastronomie, Öffentliche Gebäude, Leerstände und Wohngebäude / Sonstige Nutzung / Keine Angabe sind auf beiden Karten zu finden, um eine direkte Vergleichbarkeit zu ermöglichen.

Die Karte „Vor dem Hochwasser“ zeigt eine ausgewogene Nutzung von Einzelhandel, Dienstleistern und Gastronomie mit einigem Leerstand vor allem im nördlichen Teil der Innstraße. Der „Stadl“ in der Passauer Straße 2, das ehemalige Gasthaus „Traube“ in der Innstraße 3 und eine weitere ehemalige Gastronomie in der Innstraße 19 standen schon vor dem Hochwasser leer, außerdem weitere Gebäude in der „Innstraßenkurve“ vor der Unterführung. Allerdings gab es vor dem Hochwasser in der Innstraße noch einen Bäcker und eine Eisdiele, die zur Belebung und Attraktivität der Straße beigetragen haben. Auch „Damenmoden Nebl“ in der Innstraße 24/26 und die Pizzeria „O sole mio“ in der Innstraße 37 trugen zu einer Belebung vor allem der „Kurve“ bei.

In der südlichen Innstraße waren vor dem Hochwasser einige Einzelhandelsgeschäfte zu finden, aber auch das Gasthaus „Diegruber“ in der Innstraße 45 und Dienstleistungsunternehmen.

In der Maximilianstraße befanden sich vor allem Dienstleistungsbetriebe und Einzelhändler, es gab nur einen Leerstand.

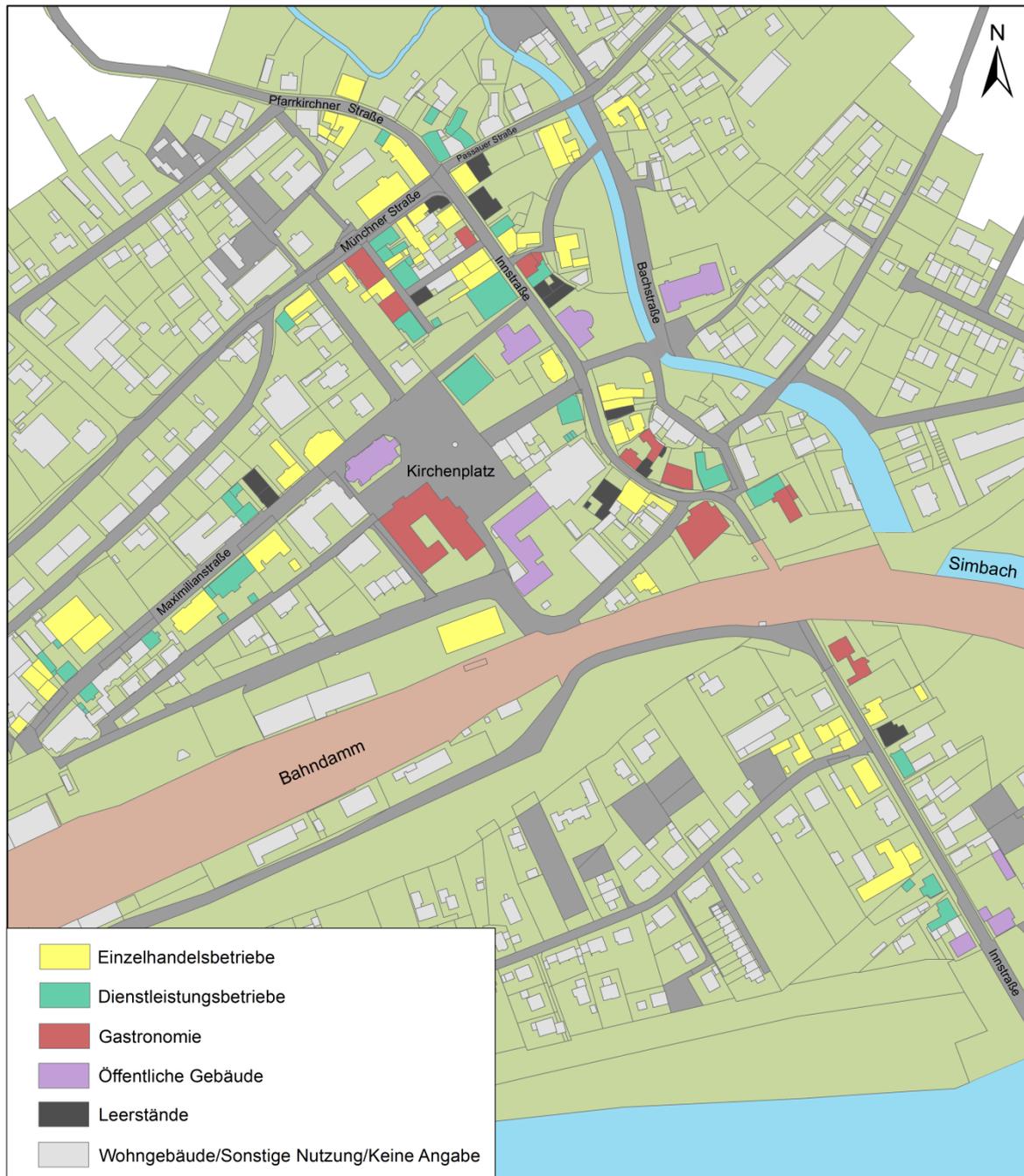
Der Kirchenplatz war nicht direkt vom Hochwasser betroffen, dort befindet sich neben Kirche, Realschule und einer Bank auch das Wittelsbacher Haus. Dies ist ein großer Komplex, der schon vor der Flut durch häufig wechselnde Mieter auffiel und für den ein neues Konzept erarbeitet werden sollte.

In der Bachstraße befand sich die Bäckerei Braumiller und gegenüber, auf der anderen Seite des Simbachs, ein Bekleidungsgeschäft und der H&M-Plattenladen.

Abb. 5: Gebäudenutzung in der Innenstadt im Juni 2016 (Quelle: eigene Karte)

Simbach am Inn: Gebäudenutzung in der Innenstadt

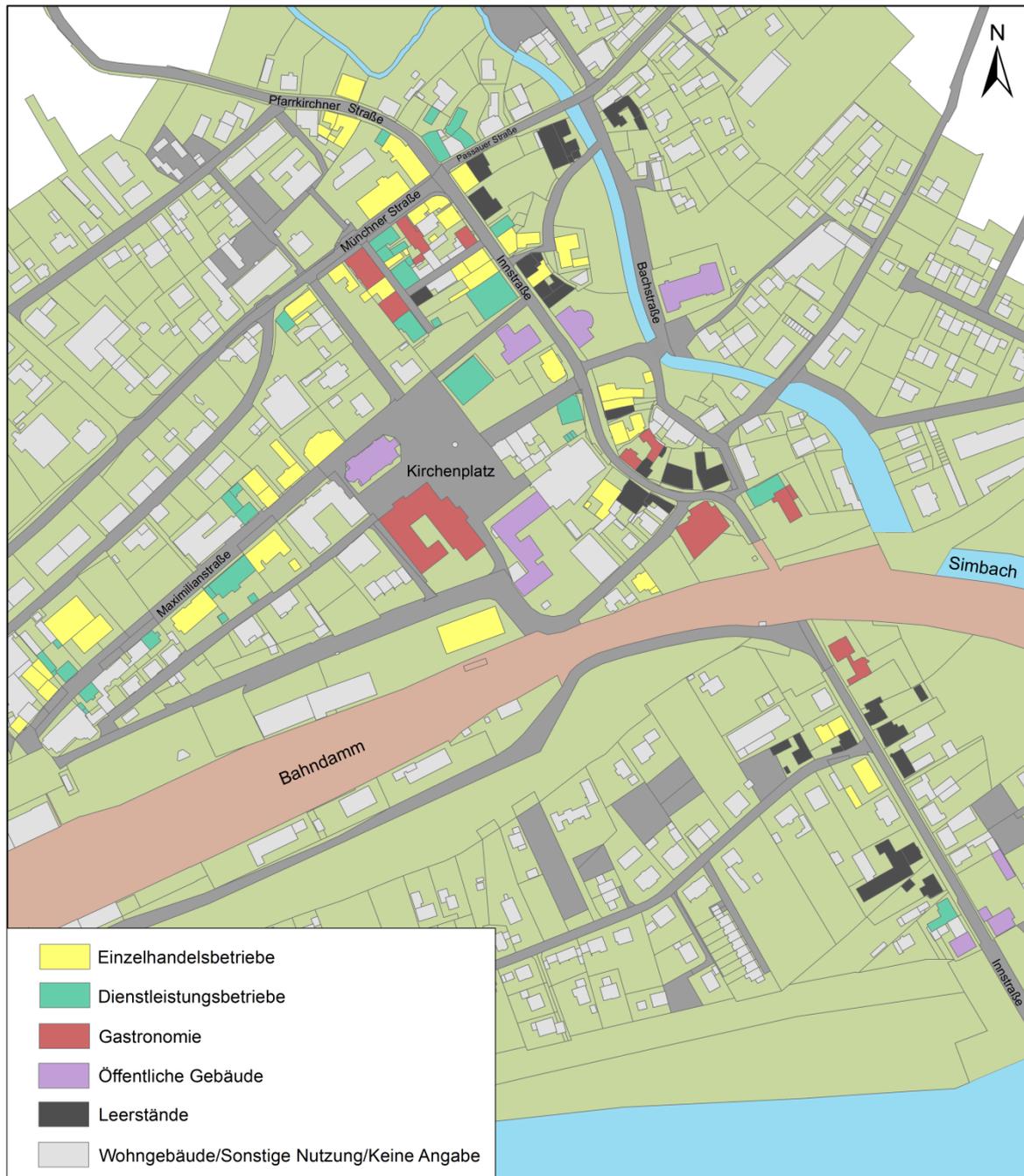
Situation vor der Hochwasserkatastrophe im Juni 2016



Autorin: Konstanze Liskow
Datengrundlage: Amt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung Pfarrkirchen, Außenstelle Simbach am Inn
Erstellt mit: ESRI ArcGIS im September 2017

Abb. 6: Gebäudenutzung in der Innenstadt im September 2016 (Quelle: eigene Karte)

Simbach am Inn: Gebäudenutzung in der Innenstadt Status quo im September 2017



Autorin: Konstanze Liskow
Datengrundlage: Amt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung Pfarrkirchen, Außenstelle Simbach am Inn
Erstellt mit: ESRI ArcGIS im September 2017

Die Karte „Status quo“ zeigt ein etwas anderes Bild: Vor allem im südlichen Teil der Innstraße ist hochwasserbedingt Leerstand hinzugekommen. Zwar haben das Gasthaus „Diegruber“ in der Innstraße 45, der Radsport Eder in der Innstraße 34 und DecoDomus Lessing in der Innstraße 32 wieder eröffnet, doch sechs große Gebäude stehen immer noch leer. Gerade als Verbindung nach Braunau ist der südliche Bereich der Innstraße jedoch außerordentlich wichtig für das Image Simbachs, sodass an dieser Stelle dringend Maßnahmen getroffen werden müssen.

Im nördlichen Teil der Innstraße haben einige Einzelhändler und Dienstleister noch nicht oder woanders wiedereröffnet, daher ist auch hier der Leerstand ein Problem. Die Pizzeria „O sole mio“ beispielsweise ist noch nicht wiedereröffnet, der Besitzer betreibt eine „Behelfspizzeria“ in seinem Feinkostladen in der Münchner Straße. Einige andere haben allerdings renoviert und schon wiedereröffnet, so zum Beispiel die Buchhandlung Seidl, die Stadtapotheke, Matratzen Concord und das Casino. Außerdem eröffnete in der Innstraße 22 vor kurzem eine neue Buchhandlung und in der Innstraße 17 ein neues Bekleidungs-geschäft.

In der Maximilianstraße hat sich wenig verändert. So zog ein Bekleidungs-geschäft von der Innstraße in das leerstehende Geschäft in der Maximilianstraße um, und die Bäckerei Fischhold eröffnete ihre Filiale in der Innstraße nicht wieder, sondern konzentrierte sich auf die bestehende Filiale in der Maximilianstraße und renovierte diese.

Auch das Eiscafé eröffnete nicht wieder in der Innstraße, sondern im Wittelsbacher Haus am Kirchenplatz und vergrößerte sich dort. Dies trägt zu einer Belebung des Kirchenplatzes bei, allerdings ist nun die Innstraße weniger frequentiert.

Die Bäckerei Bachmiller in der Bachstraße befindet sich noch im Wiederaufbau, die gegenüber liegenden Immobilien Passauer Straße 8 und 10 stehen nun allerdings leer und führen dazu, dass die ganze Seite der Passauer Straße bis zum Stadl ungenutzt bleibt. Besonders zu diesem Areal hatten die Teilnehmer am Bürgerworkshop viele innovative Ideen, die auf weiteren Karten im Kapitel 5.3 visualisiert sind.

5.3. Analyse und Auswertung: Workshop

Die Strategie zur Umsetzung eines Workshops, in dem Bürger interaktiv und selbstständig Wünsche, Vorschläge und Lösungen erarbeiten können, wurde bereits in Kapitel 4 beschrieben. Die nachfolgende Auswertung strukturiert und beschreibt die Bürgerstimmen des durchgeführten Workshops am 19. Juli 2017 und ordnet die Hauptthesen der Simbacher in ein Gesamtkonzept mit kartengestütztem Material ein.

Station Status quo-Karte mit Möglichkeit zum Zeichnen – Lokalisierung von Problemen

Anhand der Ideen, Vorschläge und Anregungen der Workshopteilnehmer wurde die Status quo-Karte, die im Kapitel 5.2 schon vorgestellt wurde, verwendet, um Zukunftsvisionen für Simbach zu visualisieren. Viele weitere Anregungen, die schwierig zu visualisieren sind, werden zusätzlich im Folgenden erläutert.

Die Verbesserung der Attraktivität des Einzelhandels lag den Teilnehmern besonders am Herzen. Sowohl optisch als auch im Service könne sich hier einiges tun, die Beratung könne verbessert werden, „dann zahlt man auch mehr“. Die grundsätzlichen Probleme seien außerdem, dass es kein richtiges Stadtzentrum gebe und sich die Geschäfte auf die wenig

verbundenen Areale Kirchenplatz, Maximilianstraße, Fußgängerzone und Innstraße verteilt. Generell fehlten den Menschen Bekleidung, vor allem hochwertige Boutiquen, Wäsche, für große Größen, für junge Menschen und generell besonderes. Eine Teilnehmerin sah außerdem Potenzial in „fairtrade“ bzw. ökologischer Mode, auch ein zweites Schuhgeschäft wäre wünschenswert. Die Bürger wünschen sich mehr Einkaufsmöglichkeiten für Kleinigkeiten, zum Beispiel Geschenkboutiquen wie Marionnaud, Depot oder Bijou Brigitte. Auch angemerkt wurde, dass das Angebot seniorenfreundlicher sein könnte und dass Computerfachgeschäfte fehlten.

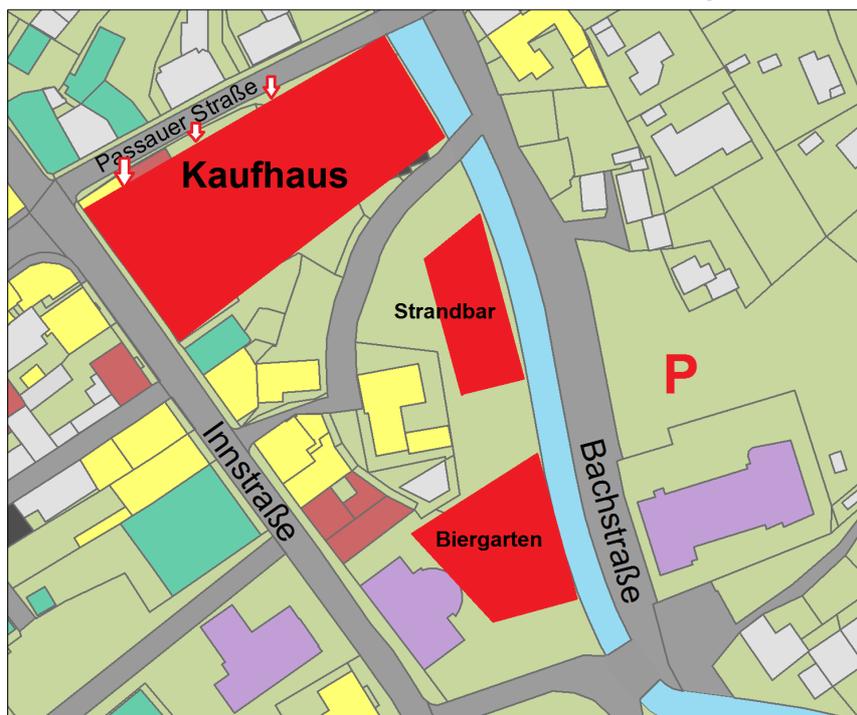
Die Fußgängerzone bezeichneten die Teilnehmer als ein Potenzial, das Problem läge hier jedoch an den vielen Wohnhäusern, die dazu führten, dass die Geschäftsstraße nicht durchgehend ist.

Häufig wird die Parkplatzsituation als problematisch beschrieben, vor allem aufgrund der Tatsache, dass die Tiefgarage unter dem Kirchenplatz immer voll sei. Neue, nah am Zentrum gelegene Parkplätze müssten geschaffen werden.

Eine Einbahnstraßenregelung sahen die Teilnehmer als problematisch, vor allem für die Geschäfte.

Von besonderer Wichtigkeit war den Workshop-Teilnehmern, die Retentionsflächen am Simbach von Bebauung freizuhalten, damit sich eine Hochwasserkatastrophe wie im Juni 2016 nicht wiederholen kann. Vorstellbar wären allerdings ein kleiner Kiosk, ein Kinderspielplatz oder eine Strandbar am Simbach.

Abb. 7: Retentionsflächen am Simbach (Quelle: eigene Karte)



Eine häufig geäußerte Idee ist die Errichtung eines Kaufhauses Ecke Passauer Straße – Innstraße. Hier befinden sich aktuell das Geschäft "Planküchen", der „Stadl“ und eine größere Freifläche. Gerade diese Ecke wird von mehreren Bürgern als „Schandfleck“ bezeichnet. Generell sollte nach Meinung der Bürger ein Ankerbetrieb her, der eine große

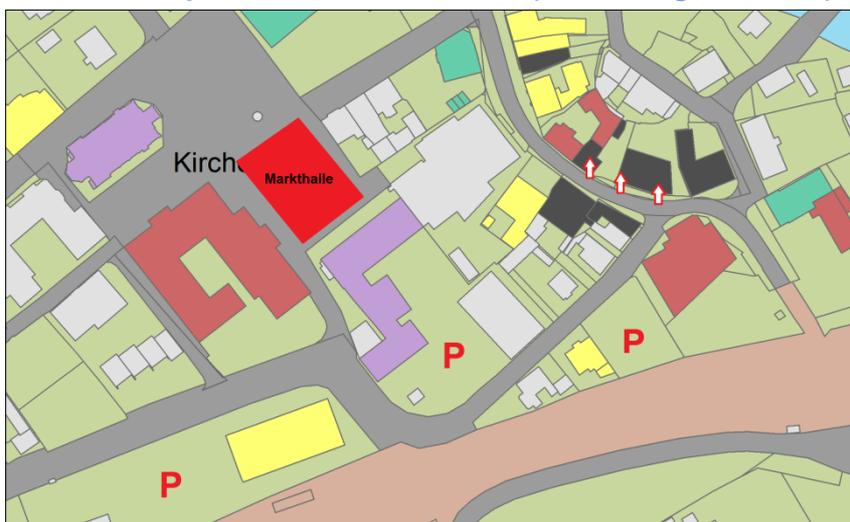
Fläche und Parkplätze benötigt. Die Geschäfte in der Innstraße und in der Fußgängerzone seien hierfür zu klein, die Ecke Passauer Straße – Innstraße bietet sich hierfür an.

Zusätzlich hierzu soll für die Autos eine Tiefgarage gebaut und die Passauer Straße verbreitert oder durch eine Einbahnregelung „luftiger“ werden, da dort momentan häufig Stau herrscht, was zu einer hohen Luftverschmutzung führt. Das Kaufhaus sei dann *„ein Hotspot in Simbach, denn im Moment ist die Frequenz das Problem“*. Ein solches Kaufhaus sei allerdings auch am Kirchenplatz möglich. Wichtig wären für ein solches Kaufhaus ein großer Ankerbetrieb wie K&L Ruppert oder andere Filialen größerer Konzerne, diese müssten *„einfach angesprochen werden“*.

Vorstellbar wäre es auch, dass ein neues Parkhaus oder ein Parkplatz und das Kaufhaus unterschiedliche Standorte haben, wodurch mehr Menschen durch die Stadt flanieren würden. Ein Vorschlag für eine neue Parkplatzfläche war in der Bachstraße neben bzw. hinter dem Bürgerhaus. Diese liegt zwar direkt am Simbach und damit im hochwassergefährdeten Gebiet, was für einen Parkplatz allerdings ein geringeres Problem darstellt als für ein Gebäude.

An den Straßen soll generell mehr Platz für Außengastronomie geschaffen werden, um die Straßen wieder mehr zu beleben. Dazu könnten vor allem in der Innstraße die leerstehenden Gebäude nach hinten versetzt werden, wobei die Fassaden allerdings erhalten beziehungsweise genau gleich wieder errichtet werden sollten, um ein einheitliches Stadtbild zu erhalten. Hierzu sagte ein Teilnehmer: *„Das kannst ja net wegreißen, das ist alles Simbach!“*. Das Café im an das Heimatmuseum angebauten Glaspavillon könnte verstärkt als Kulturcafé genutzt werden. Weitere Gastronomie könnte in der Innstraße hinter oder neben dem Heimatmuseum platziert werden, Ideen hierfür waren ein Biergarten und eine Strandbar.

Abb. 8: Kirchplatz in Simbach am Inn (Quelle: eigene Karte)



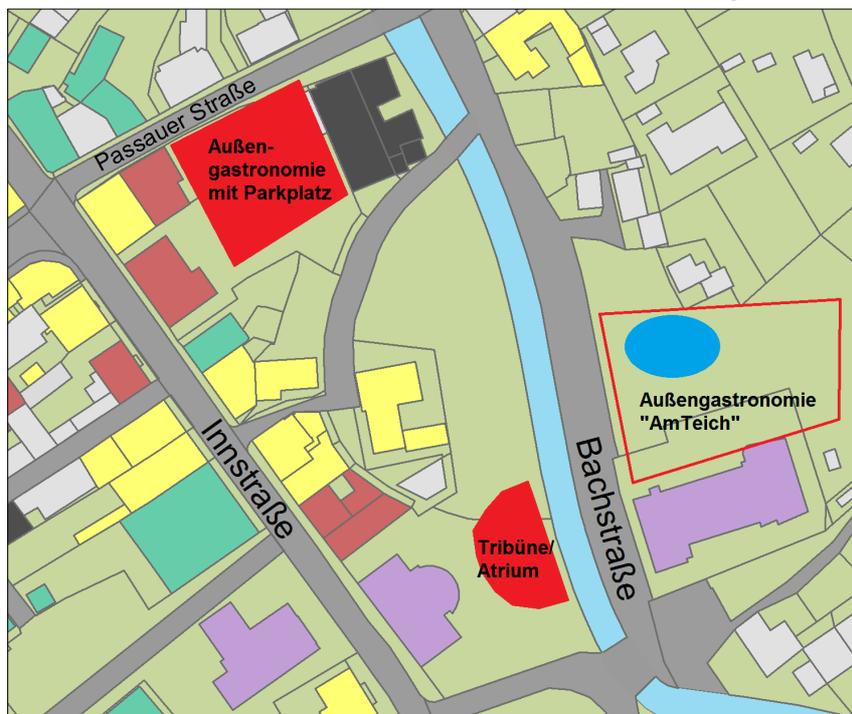
Viele Teilnehmer bemängelten, dass der Kirchenplatz ausgestorben sei. Eine Idee hierfür war, den zentralen Platz optisch zu teilen, zum Beispiel durch eine offene Markthalle, wo Gastronomie entstehen könnte und eine Belebung des ganzen Platzes gegeben wäre. Das am Kirchenplatz befindliche Wittelsbacherhaus wurde als *„schwarzes Schaf von Simbach“* bezeichnet, da unter anderem aufgrund häufiger Mieterhöhungen neu eröffnete Geschäfte jedes Mal schnell wieder schlossen. Außerdem habe es zu tiefe Arkaden, es sei wenig los,

sagte eine Teilnehmerin. Sie schlägt vor, aus den Arkaden Wintergärten zu machen und damit die Schaufenster weiter „nach draußen“ zu bringen. Auch vorstellbar wäre für einige ein Kinderspielplatz, um den Kirchenplatz zu beleben.

Der Bereich der „Innstraßenkurve“ und der Bereich der südlichen Innstraße wird durch die zahlreichen Leerstände als problematisch angesehen. Die Bahnunterführung und die Engstelle in der Kurve der Innstraße sind vor allem für Fußgänger und Radfahrer eng und dadurch gefährlich. Daher wünschen sich die Bürger breitere Gehwege an der Innstraße und Nischen, Parkplätze und Bäume im Rahmen einer Verkehrsberuhigung. Außerdem sollten mehr Fußgängerüberwege über die Innstraße geschaffen werden.

Weitere Vorschläge für zusätzliche Parkplätze, die laut Aussagen vieler Bürger dringend nötig seien, waren am Bahndamm für den Bedarf des Bahnhofs, südlich der Realschule und östlich der Metzgerei Spateneder in der Bahnhofstraße.

Abb. 9: Retentionsflächen am Simbach 2 (Quelle: eigene Karte)



Für den „Stadl“ können sich viele eine Gastronomie mit Außenbereich, ein Weinlokal und den Verkauf von Weinen vorstellen. Auch an der Bachstraße, zwischen Bürgerhaus und der Bäckerei Braumiller, wäre ein Gastronomiebetrieb möglich. Eine Idee wäre auch ein Hotel am Grünstreifen, von wo die Innenstadt dann fußläufig erreichbar ist. Außerdem wünschen sich die Bürger, dass das Gasthaus „Traube“ in der Innstraße 3 wiedereröffnet und dass in der Innstraße 11 wieder eine Bäckereifiliale eröffnet wird.

Für die „Neue Grüne Mitte“ entlang des Simbachs können sich einige gut vorstellen, den Innradweg entlang dieser Strecke zu verlängern oder umzuleiten und ihn so durch die Stadt führen zu lassen. Generell sei es für Fußgänger und Radfahrer wichtig, kurze Wege zu haben. Am geplanten Stadtpark entlang könnten außerdem kleine Läden mit kulinarischem Angebot entstehen.

Im kulturellen Bereich wünschen sich die Teilnehmer Straßenmusik, und mehr kulturelles Angebot und Veranstaltungen, aber alles „*im kleinen Rahmen*“. Für Veranstaltungen könnte am Simbach im neuen Stadtpark eine Tribüne oder ein Atrium errichtet werden.

Einzelhandelsflächen und Bauruinen

Was den Einzelhandel anbelangt, so wünschen sich die Simbacher bessere und schönere Einzelhandelsflächen. Heruntergekommene Fassaden sowie uneinheitliche Architektur bzw. Optik sind vielen ein Dorn im Auge. Explizit genannt wurde hierbei der Bereich zwischen Buchhandlung Pfeiler und Heimatmuseum in der Innstraße. Des Weiteren sind die Pfarrkirchner und Passauer Straße bis hin zum Bürgerhaus betroffen. Insgesamt soll außerdem ein gut gemischtes Verhältnis zwischen alten und neuen Geschäften entstehen, wenn möglich stets auf Seite des Simbachs. Weiterhin ist es ein verbreiteter Wunsch, Großkonzerne zu verpflichten, einen kleinen „Ableger“ in die Innstraße zu legen. Auch die Bachstraße würde potentiell einen attraktiven Ort für den Einzelhandel bieten.

À propos „attraktiv“: Um die Attraktivität Simbachs zu steigern, fordern Simbachs Bürgerinnen und Bürger, „*Bauruinen raus*“. Es herrsche bereits großer gesellschaftlicher Druck auf den Hausbesitzern. Diese seien jedoch meist bereits sehr alt. Hochwasserschutz oder staatliche Förderungen spielen daher keine Rolle mehr für sie.

Die Plätze und Viertel Simbachs

Auf die Frage, inwiefern der Kirchenplatz in der Simbacher Innenstadt ein soziales und kulturelles Zentrum der Stadt werden könne, reagierten vereinzelte Bürger mitunter resigniert. „*Das wird von den Bürgern nicht angenommen*“, war dabei die Antwort, die den meisten Zuspruch gefunden hatte. Dennoch wäre es in den Augen der Simbacher ein Anfang, die Steine auf dem Kirchenplatz zu entfernen und einen angenehmeren Untergrund zum Laufen zu schaffen. Mitunter wurde auch der Vorschlag eingebracht, Möglichkeiten für Betreutes Wohnen auf dem Kirchenplatz zu schaffen.

Der Wunsch, die Innstraße in ein verkehrsberuhigtes Innenstadt-Zentrum zu verwandeln, war deutlich spürbar. Dieser Gedanke könne von einer Art Geschäftsverbund, beispielsweise aus der Bäckerei Fischhold und einer Eisdiele bestehend, getragen werden. Die einzelnen Geschäfte hätten dadurch mehr Fläche zur Verfügung und können gleichzeitig mehr Raum zum Verweilen anbieten. Der innovativen Idee eines „kulinarischen Viertels“ in Simbach wurde allerdings in der Diskussion der größte Mehrwert zugeschrieben. Die Eröffnung einer zweiten Eisdiele sowie eines Feinkostladens und die Revitalisierung des leerstehenden Gasthofs „Zur Traube“ inklusive Biergarten sollen zentrale Lokalitäten in diesem Quartier darstellen. Außerdem könne das „Auer-Haus“ in eine Espresso-Bar, ebenfalls mit direktem Zugang zum Grünraum des Simbachs, umfunktioniert werden. Dadurch schafft man nicht nur eine erhöhte Aufenthaltsqualität, sondern es wird auch die Brücke zwischen Gastronomie und Grünflächen geschlagen. Synergieeffekte und eine erhöhte Frequenz der Bürger sollen die Folge dieser Verknüpfung sein.

Einzelgebäude und ihre mögliche Nutzung

Die Umgestaltung bzw. das Abreißen von Gebäuden des nördlichen Teils der Innstraße wie „Traube“, „Alter Stadl“ und das „Auer-Haus“ wird in Simbach rege diskutiert, so auch beim ersten Bürgerworkshop am 19. Juli 2017 im Bürgerhaus Simbach am Inn. Zum einen herrscht die Meinung, dass vor allem die „Traube“ und der denkmalgeschützte „Alte Stadl“ nach Sanierung zu einem Magneten für Jung und Alt werden könnten, beispielsweise durch Gestaltung eines „kulinarischen Ecks“. Dabei müsste man die „Traube“ ihrer alten

Bestimmung eines Biergartens zurückführen. Der „Stadl“ bietet laut Besuchern das ideale Ambiente für ein Weinlokal oder Café. Des Weiteren könnte man sich im „Stadl“ auch eine Markthalle vorstellen. In diesem Zusammenhang wurde auf die Markthalle in Wasserburg verwiesen. Was für die einen ein „Schmuckstück“, ist für die anderen ein „Schandfleck“, vor allem in Hinblick auf den „Alten Stadl“. *„Schandfleck muss weggerissen werden“, „Denkmalschutz muss überstimmt werden“*, so lauten Meinungen der Workshop-Teilnehmer. *„Traube und Stadl ghem weggrissen und a Kaufhaus higsteid!“*, so ein Einzelhändler aus Simbach. Mit dieser Meinung ist er nicht alleine. Auch andere interessierte Besucher erhoffen sich durch ein Kaufhaus einen Magneten, der Käufer nach Simbach lockt. Dadurch erwarten sie eine Kettenreaktion für die anderen Geschäfte der Innstraße. Das Kaufhaus könne man sich jedoch auch am Kirchenplatz vorstellen, *„Hauptsach es kimt wos!“* Als ein facettenreiches Gebäude gilt das „Auer-Haus“. Dieses Gebäude habe viel Potenzial. Hier könnte man sich ein Café mit Blick zum Simbach vorstellen. Auch die Verlagerung des Stadtarchivs in dieses Gebäude in Kombination mit einem Informationszentrum für Touristen wäre hier laut den Besuchern wünschenswert. Das „Auer-Haus“ würde die Möglichkeit bieten, die Bücherei aus dem Sparkassen-Haus in dieses Gebäude zu verlagern und dieser somit eine neue Plattform zu bieten.

Verkehr und Parken

Bezüglich des Themenkomplexes „Verkehr“ brachten die Simbacher Bürgerinnen und Bürger während der Bürgerwerkstatt zum Ausdruck, dass sie sich einen verkehrsberuhigten Bereich in ihrer Innenstadt wünschen. Manche Teilnehmer waren der Meinung, dass neben der Innstraße zusätzlich noch andere Straßen, wie zum Beispiel die Pfarrkirchner Straße, verkehrsberuhigt werden sollten. Auch indem der Verkehr *„außen rum geleitet wird“* (Zitat Bürger), entsteht eine Verkehrsberuhigung. Derartiges sei ebenso während der Flut möglich gewesen, denn auch da hätten die Braunauer ohne Weiteres den Stadtkern umfahren. *„Die Innenstadt muss frei von Autos werden“*, war die Meinung so manchen Bürgers, gerade auch bei größeren Veranstaltungen herrsche ansonsten Verkehrschaos. Dennoch sind sich die Bürger darüber einig, dass es gilt, Kompromisse zu finden, wenn in Simbach am Inn eine neue grüne Mitte, ein neues Verkehrskonzept sowie (städtebauliche) Veränderungen im Einzelhandel eingeführt werden.

Einigkeit herrschte auch darüber, dass es in der Stadt zu wenige Parkplatzflächen gibt. Nicht nur für neuen und mehr Grünraum, sondern vor allen Dingen auch für mehr Parkplätze muss Platz geschaffen werden. Häufig wurde in diesem Zusammenhang das denkmalgeschützte Gebäude an der Kreuzung Passauer Straße / Münchner Straße / Innstraße genannt. Hier können sich die Bürgerinnen und Bürger gut eine Tiefgarage vorstellen. Unweit davon, hinter der NKD-Filiale auf dem Grundstück der Familie Hagen, bietet sich laut Bürgermeinungen ebenfalls ein Parkdeck an. Fragen kamen auf bezüglich Parkplatzmöglichkeiten in der Bachstraße. Bleibt die dort hinführende Brücke bestehen? Unabhängig davon ist es Geschäftsleuten und Einwohnern in jedem Fall gleichsam wichtig, kostenlose Parkplatzflächen zu schaffen.

Auch das Thema „Fahrradwege“ wurde während der Bürgerwerkstatt des Öfteren angesprochen. Fahrradtouristen sollen angelockt werden. Gleichzeitig ist es aber wichtig, die Autofahrer dabei nicht zu vergessen. Diese müssen mit den Fahrradfahrern in Einklang gebracht werden.

„Was fehlt in Simbach?“

Nischenprodukte und hochwertige Lebensmittel – mit diesen Begriffen lassen sich die Stimmen der Bürger während des Workshops auf die Frage, was ihnen in Simbach fehlt, zusammenfassen. Zu den Wünschen und Vorschlägen zählen ein Teehaus, ein Feinkostladen, ein Käseladen, eine Bäckerei, ein Weinladen und ein Bistro bei der Metzgerei Feyrer, das direkten Zugang zu den geplanten Grünraumflächen entlang des Simbachs bietet. Ein besonderer Wert wird dabei auch auf das Angebot von regionalen Produkten, speziell Obst und Gemüse, gelegt. Daneben sollen zusätzlich Geschäfte mit spezieller Nischenausrichtung den Einzelhandel in der Innstraße ausfüllen. Dazu wurden ein Bastelladen, ein Zoohandel, ein Schreibwarengeschäft, ein Handwerks- und Reparaturladen, ein zweites Schuhgeschäft und diverse Bekleidungsgeschäfte, besonders für Männer, genannt. Kleinere Cafés in der Innstraße folgen außerdem dem Zweck, die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt maßgeblich zu steigern. Bei allen genannten Vorschlägen wird der Hochwertigkeit der Produkte und Geschäfte ein großer Stellenwert eingeräumt. Simbach soll in erster Linie als Nischenstandort fungieren, abseits von Massenware und industrieller Produktion, so die Aussage vieler Bürger. Kleinere, dafür spezialisierte Läden mit qualitativer Ausrichtung, vorrangig im Bekleidungs- und Lebensmittelsegment, sollen das Einzelhandelsportfolio in Simbach ergänzen und gewinnbringend erweitern.

Werbekampagnen für Simbach

Bürgerinnen und Bürger der Stadt regen auch dazu an, dass man mehr Werbekampagnen ins Leben rufen sollte, beispielsweise „Unser Simbach“, „Kommt heute nach Simbach“. Kampagnen, die explizit den Einkauf in der eigenen Stadt bewerben. Auch ein Werbeheft „Simbach kauft ein“, das nur Angebote der eigenen Geschäfte in Simbach beinhaltet, um den Blick für die Einzelhändler und Geschäfte in der Grenzstadt wieder zu schärfen, wäre für einige sinnvoll. In diesem Zusammenhang kritisiert die Stadtbevölkerung das zu geringe Engagement der Stadt für kaufförderliche Events. Man wünscht sich in diesem Kontext mehr Konsequenz seitens der Stadt bei der Durchsetzung solcher Imagekampagnen.

5.4. Analyse und Auswertung: Leitfadengestützte Interviews

Insgesamt 27 Personen haben an den Interviews teilgenommen. Befragt wurden vor allem die Einzelhändler, die unmittelbar vom Hochwasser im Sommer 2016 betroffen waren. Besonders die Geschäfte in der Innstraße erlitten großen Schaden durch das Hochwasser.

Zusätzlich wurden Befragungen der Einzelhandelsgeschäfte in der Maximilianstraße durchgeführt. Diese Geschäfte waren zwar nicht unmittelbar oder eher gering vom Hochwasser betroffen, jedoch waren auch dort Auswirkungen bemerkbar.

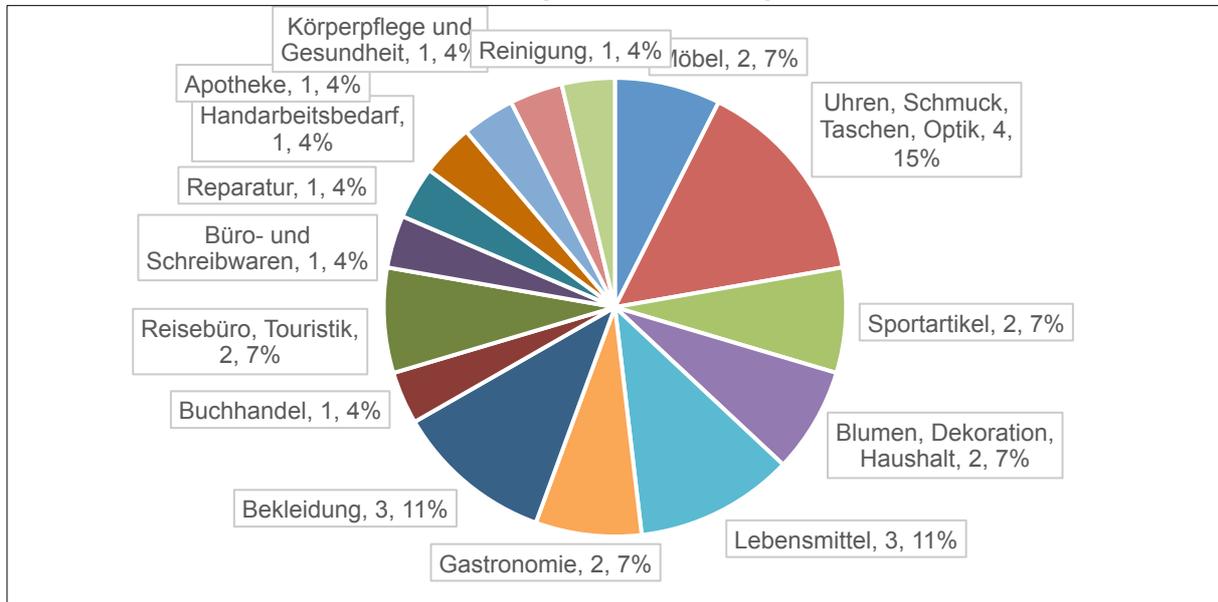
Sowohl in der Innstraße als auch in der Maximilianstraße wurden fast alle Einzelhändler befragt. Nur einige wenige Einzelhändler durften aus firmen- oder konzernpolitischen Gründen keine Interviews geben oder waren aus anderen Gründen nicht bereit, sich befragen zu lassen. Im Folgenden werden die Ergebnisse der einzelnen Kategorien des Interviewleitfadens vorgestellt.

5.4.1. Daten zur Person und zum Geschäft

Die Daten zur Person der Teilnehmer werden bei der Auswertung nicht genannt. Die Auswertung erfolgt anonym.

Abb. 1 zeigt, dass sehr viele unterschiedliche Einzelhandelsbetriebe der Innstraße und der Maximilianstraße befragt wurden. Anteilig am häufigsten wurden Vertreter der Uhren-, Schmuck-, Taschen- oder Optikgeschäfte interviewt, was jedoch mit dem allgemein hohen Anteil dieser Branchen in Simbach am Inn zu begründen ist.

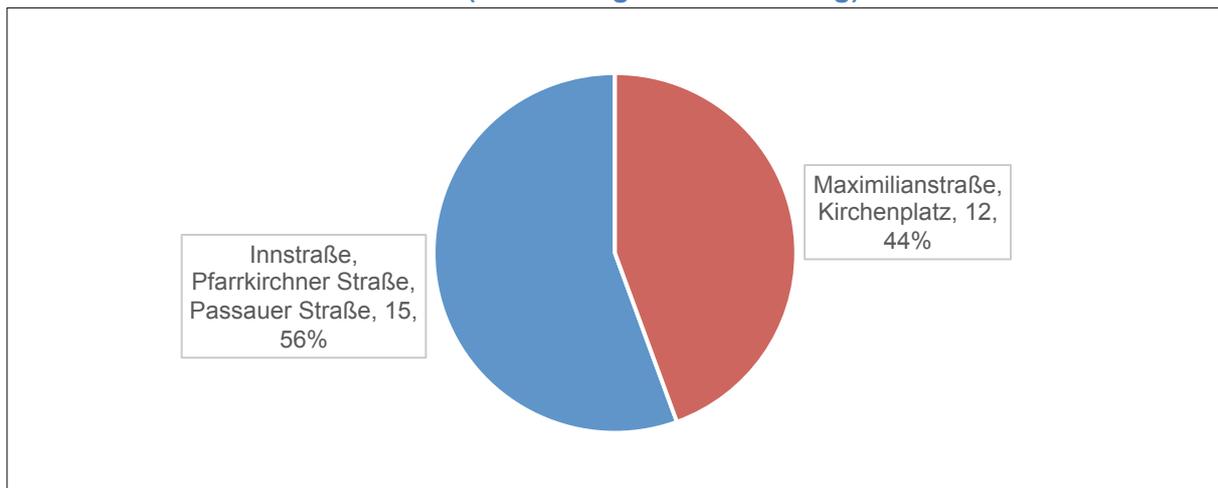
Abb. 10: Art des Geschäfts (Quelle: Eigene Darstellung)



Die Mehrheit der befragten Einzelhändler hat ein Geschäft in der Innstraße (13x). Auch aus der Pfarrkirchner (1x) und Passauer Straße (1x) wurden Einzelhändler befragt, diese werden noch zu der Gruppe der Interviewteilnehmer aus der Innstraße gezählt.

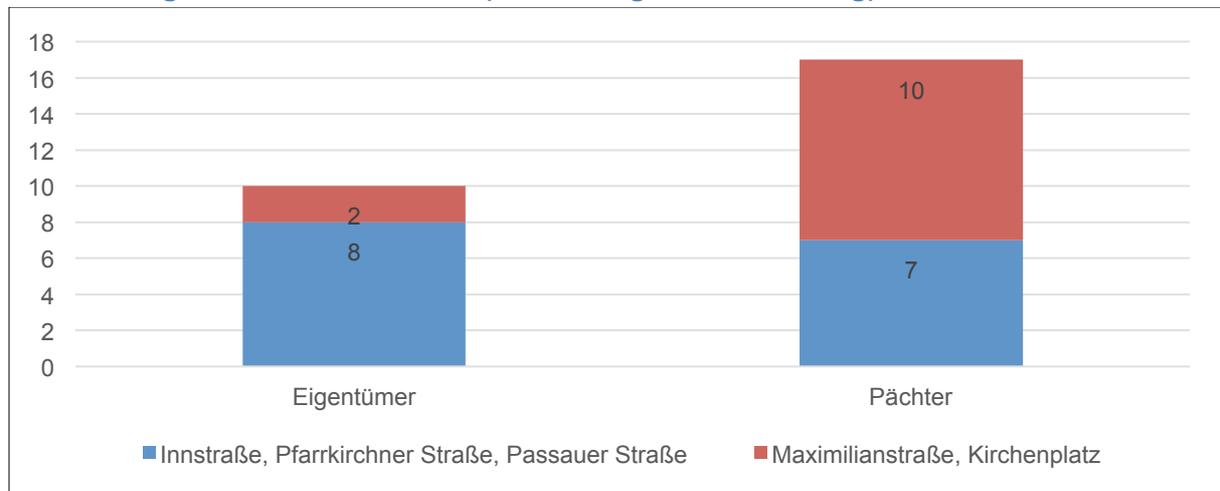
Aus der Maximilianstraße wurden zehn Einzelhändler befragt, sowie mit Standort Kirchenplatz insgesamt zwei Einzelhändler (vgl. Abb. 2).

Abb. 11: Adresse des Geschäfts (Quelle: Eigene Darstellung)



Relevant ist auch, wie viele der befragten Personen Eigentümer des Hauses sind, in der sich ihr Einzelhandelsgeschäft befindet (vgl. Abb. 3).

Abb. 12: Eigentümer und Pächter (Quelle: Eigene Darstellung)



Auf insgesamt zehn Personen der Interviewteilnehmer trifft dies zu, wobei acht davon ihr Geschäft in der Innstraße haben. Die befragten Einzelhändler der Maximilianstraße haben die Geschäftsräume mehrheitlich gepachtet.

5.4.2. Situation vor dem Hochwasser / Hochwasser / derzeitige Situation / zukünftige Situation

Die Interviewteilnehmer sollten vorab die Probleme in Bezug auf den Einzelhandel nennen, die schon vor dem Hochwasser im Sommer 2016 vorhanden waren (vgl. Abb. 4). Neun Personen gaben an, dass vor dem Hochwasser keine Probleme in Bezug auf den Einzelhandel existierten. Weitaus mehr Personen konnten jedoch bereits vor dem Hochwasser einige Probleme des Einzelhandels ausmachen.

Sehr häufig wurde das „Parkplatzproblem“ in Simbach genannt (9x). Es gebe generell zu wenige Parkplätze, wodurch die Geschäfte zum Teil schwierig zu erreichen seien. Zudem seien viele Kunden nicht bereit, auch nur kurze Distanzen zu Fuß zurückzulegen, wodurch fehlende Parkplätze direkt vor dem Geschäft bereits ein Einkaufshemmnis bilden würden: *„Kunden würden am liebsten im Geschäft parken“*. Viele Kunden sind laut den Einzelhändlern außerdem nicht bereit, auch nur geringe Beträge für die vorhandenen Bezahlparkplätze zu entrichten. Kritisiert wird auch, dass Strafzettel sehr schnell verteilt werden. Daher sind einige Einzelhändler der Meinung: *„Man wird bestraft, wenn man in der Stadt einkauft“*.

Der Internethandel, der sich immer stärker verbreitet, war für einige Einzelhändler in Simbach schon vor dem Hochwasser ein Problem (7x), für fast genauso viele jedoch nicht (8x).

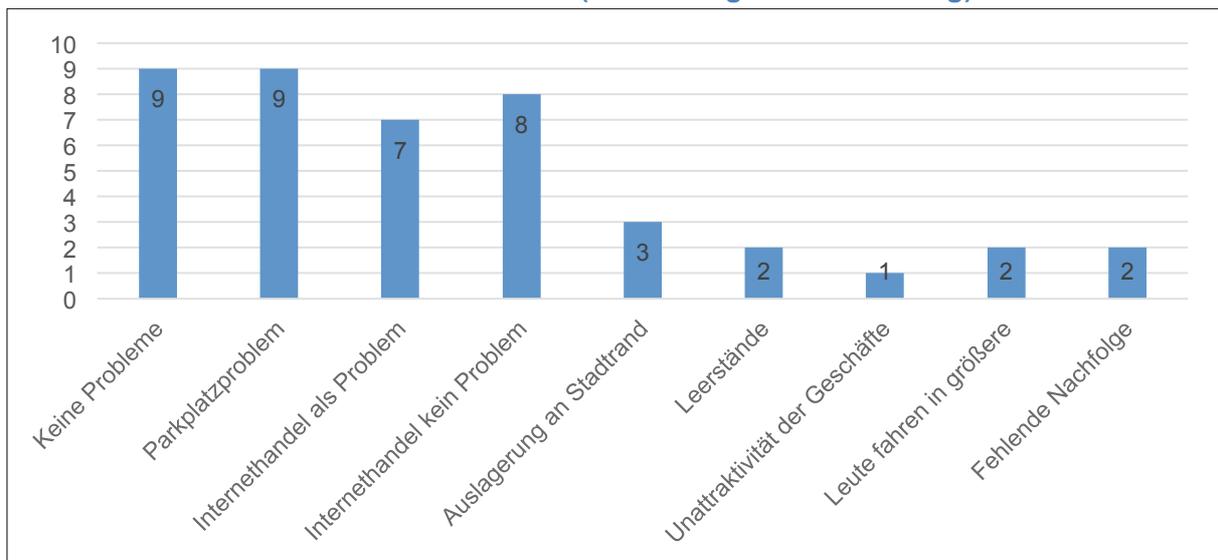
Weiterhin wird auch die Auslagerung von Geschäften an den Stadtrand, die „Grüne Wiese“ kritisiert (3x): *„Die Probleme sind entstanden mit der grünen Wiese, weil man alles ausgelagert hat“*. Die Innenstadt ist demnach *„immer mehr ausgestorben“*, vor allem durch die Auslagerung ins Rennbahncenter.

Auch die zahlreichen Leerstände (2x) und die allgemeine Unattraktivität der Geschäfte (1x) werden problematisch gesehen. Zahlreiche Geschäfte in Simbach investieren angesichts der großen Konkurrenz des Internets laut der Aussage eines Interviewpartners nicht in ihre

Attraktivität. Wenn die Geschäfte deutlich attraktiver wären, würden auch wieder mehr Kunden einkaufen: *„Ich würde nicht von Problemen reden, sondern vom Wandel der Zeit, es ist ganz klar, dass das Internet eine große Rolle spielt, nicht nur in Simbach, sondern generell und dass der Handel, wenn er sich dementsprechend was einfallen lässt, attraktiv sein muss und den Leuten es so bequem wie möglich machen muss, das zu finden, was sie brauchen oder haben möchten.“*

Kritisch wird zudem gesehen, dass viele Leute eher in größere Städte zum Einkaufen fahren (2x). Auch das Problem der fehlenden Nachfolge führte bei einigen Geschäften in Simbach am Inn dazu, dass sie geschlossen werden mussten (2x).

Abb. 13: Probleme vor dem Hochwasser (Quelle: Eigene Darstellung)

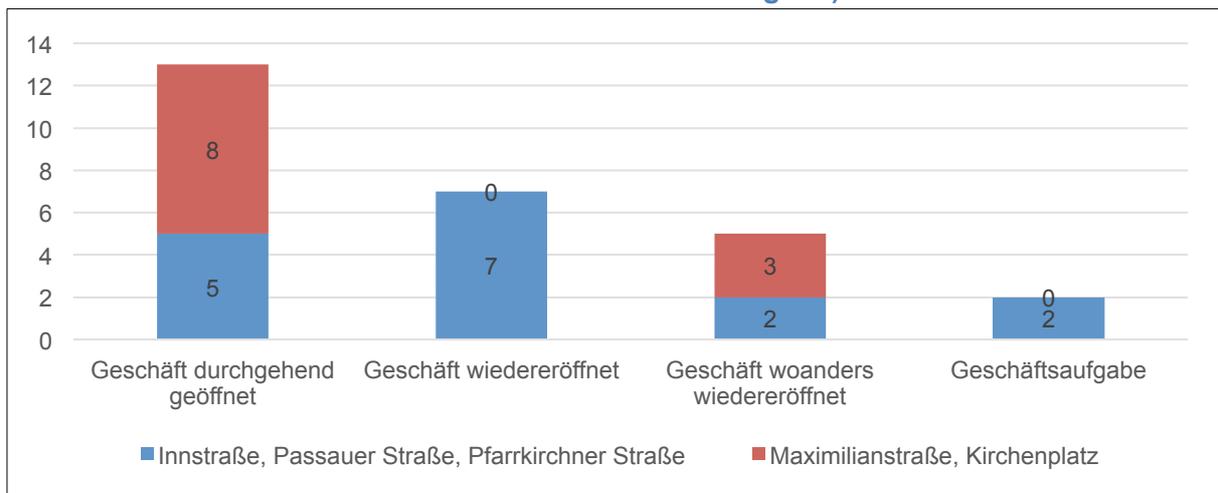


Das Hochwasser im Sommer 2016 hat die Einzelhandelsgeschäfte in Simbach am Inn unterschiedlich stark getroffen (vgl. Abb. 5). Aufgrund der Vollsperrung der Innstraße konnten etwa drei Monate lang keine bzw. nur wenige Kunden kommen (hohe Umsatzverluste). Die vom Hochwasser betroffenen Geschäfte mussten renoviert oder woanders wiedereröffnet werden.

Die meisten Geschäfte in der Innstraße waren unmittelbar vom Hochwasser betroffen. Wo große Schäden entstanden sind, mussten diese erst beseitigt werden, um wiedereröffnen zu können. Von den befragten Einzelhändlern der Innstraße hatten fünf durchgehend geöffnet, sieben haben ihr Geschäft nach einer Renovierung wiedereröffnet, zwei haben ihr Geschäft an einem anderen Standort in der Innstraße wiedereröffnet und drei Einzelhandelsgeschäfte sind von der Innstraße in die Maximilianstraße gezogen. Zwei der befragten Einzelhändler haben ihr Geschäft nicht mehr wiedereröffnet.

In der Maximilianstraße hatten hingegen alle Geschäfte durchgehend geöffnet, da es keine oder im Vergleich nur geringere Hochwasserschäden gab.

Abb. 14: Auswirkungen des Hochwassers (Geschäft bereits wiedereröffnet/noch nicht wiedereröffnet/woanders wiedereröffnet/Geschäftsaufgabe)



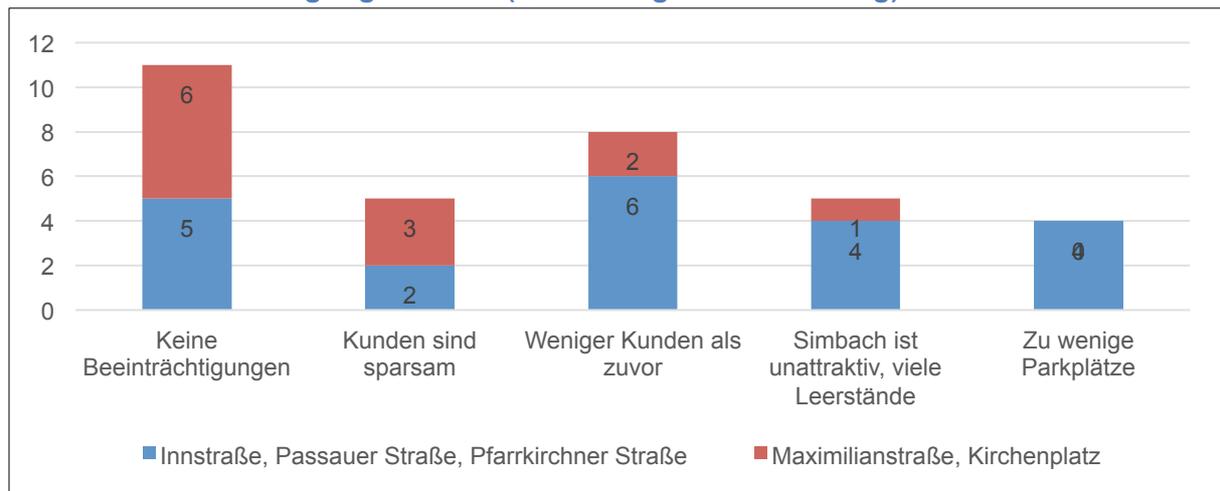
Anmerkung: „Geschäft woanders wiedereröffnet“ bezieht sich auf die Straße, wo das Geschäft wiedereröffnet wurde, nicht wo es ursprünglich war.

Auch jetzt, über ein Jahr nach dem Hochwasser, gibt es noch immer Beeinträchtigungen in Bezug auf den Einzelhandel (vgl. Abb. 6). Elf Personen geben zwar an, dass es heute keine Probleme durch das Hochwasser mehr gebe, die meisten Befragten können jedoch noch immer Schwierigkeiten feststellen. Im Allgemeinen nannten die Einzelhändler der Maximilianstraße weniger Probleme als die Einzelhändler der Innstraße. Ein wesentliches Problem sei, dass deutlich weniger Kunden als zuvor kommen (8x): „Das frühere Stadium ist noch nicht erreicht, das dauert natürlich noch“. Dies hänge vor allem damit zusammen, dass die österreichischen Kunden sich während der Vollsperrung in Simbach Alternativen in Österreich gesucht hätten und bei diesen geblieben sind. Zudem sind die Kunden, die in Simbach einkaufen, häufig noch sehr sparsam (5x): „Die Leute sparen einfach noch, man merkt’s“. Die geringere Kauflaune der Leute betrifft insbesondere die Geschäfte, die Luxuskonsumgüter wie Uhren, Schmuck und Taschen verkaufen.

Auch das Problem der Leerstände bzw. die Unattraktivität des gesamten Einzelhandels (5x) und das Parkplatzproblem (4x) werden an dieser Stelle genannt. Simbach sei bis heute eine „Wüstenstadt“, „der Verkehr, die ganzen Baustellen, die ganzen Baufirmen, die einfach noch unterwegs sind... Parkplatzmangel... eigentlich alles, ich mein, die ganze Infrastruktur passt noch nicht wieder“.

Jedoch blicken viele Einzelhändler positiv in die Zukunft: „Man merkt, dass die Situation und Stimmung in Simbach schon besser ist“.

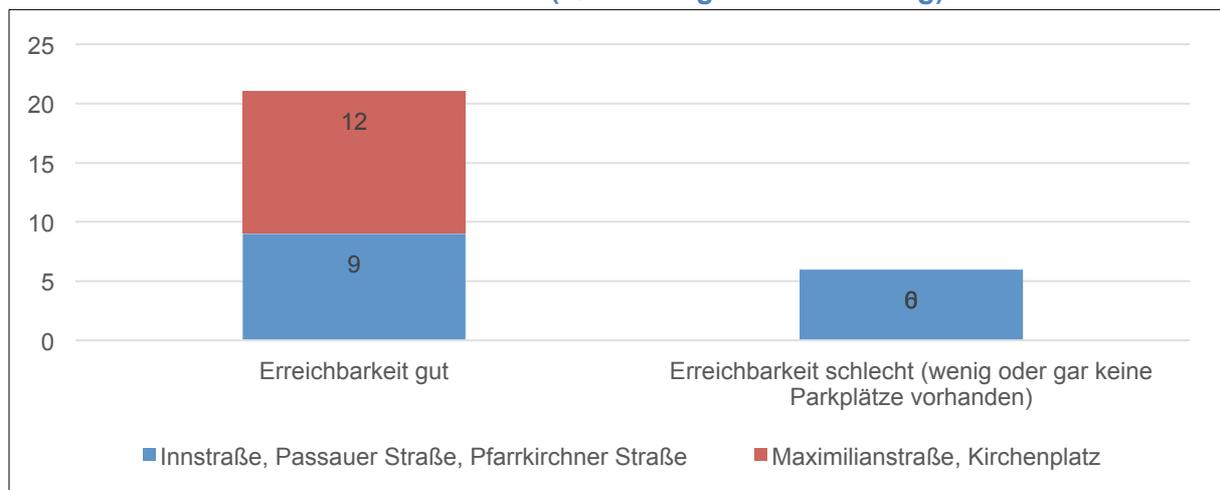
Abb. 15: Beeinträchtigungen heute (Quelle: Eigene Darstellung)



5.4.3. Erreichbarkeit (Verkehr)

Alle befragten Einzelhändler aus der Maximilianstraße schätzen die Erreichbarkeit ihres Geschäfts gut ein, während mehr als ein Drittel der Einzelhändler aus der Innstraße die Erreichbarkeit ihres Geschäfts als schlecht beurteilen (Grund: Zu wenige Parkplätze in der Innstraße).

Abb. 16: Erreichbarkeit des Geschäfts (Quelle: Eigene Darstellung)

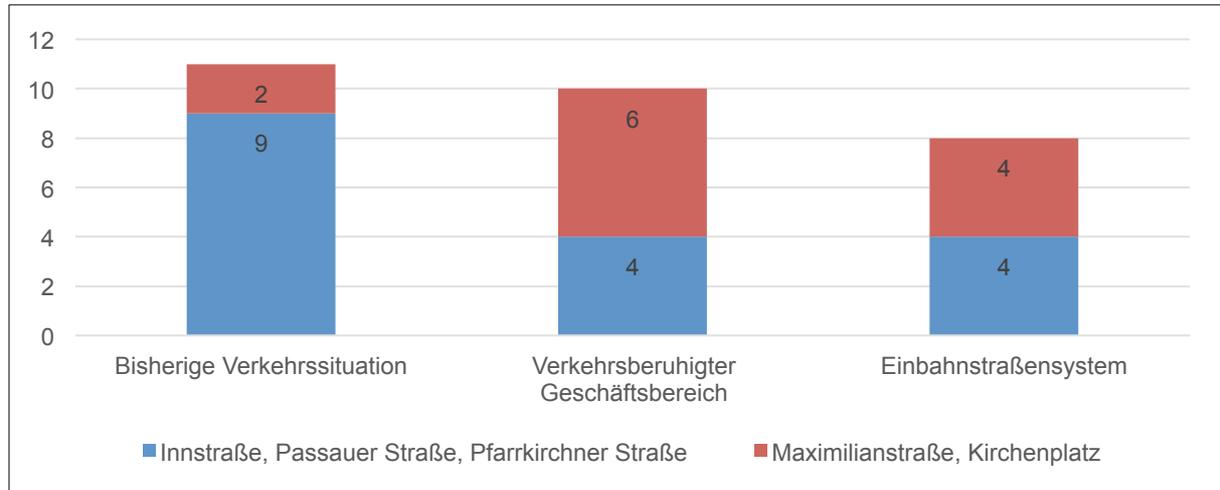


Die Frage nach dem besten Verkehrssystem für Simbach wurde unter den Einzelhändlern sehr kontrovers diskutiert (vgl. Abb. 8).

Die bisherige Verkehrssituation (11x) wird insbesondere von den Einzelhändlern aus der Innstraße bevorzugt. Sie befürchten, dass im Falle einer Änderung der Verkehrsführung spontane Käufer ausbleiben, da es weniger Durchgangsverkehr in der Innstraße gibt: „Wir leben einfach von denen, die vorbeifahren und die uns auch zufällig sehen, sag ich jetzt mal“. Demnach solle der Verkehr so bleiben, wie er ist, allerdings mit deutlich weniger Leerstand: „Mehr Leben, mehr Geschäfte“. Nach der Meinung einiger Interviewpartner wäre eine Verkehrsänderung für Simbach notwendig, ein verkehrsberuhigter Geschäftsbereich wäre sinnvoll (10x): „Simbach ist eine Autofahrerstadt, aber schlichtweg nicht schön“, „Für uns wäre es von großem Vorteil, wenn eine belebte Innenstadt mit beruhigter

Verkehrsregelung da wäre“. Auch das Einbahnstraßensystem fand Befürworter (8x): „Das Einbahnstraßensystem fände ich am besten“. Die Innstraße als Hauptverkehrsstraße würde dabei entlastet werden.

Abb. 17: Bevorzugtes Verkehrssystem (Quelle: Eigene Darstellung)

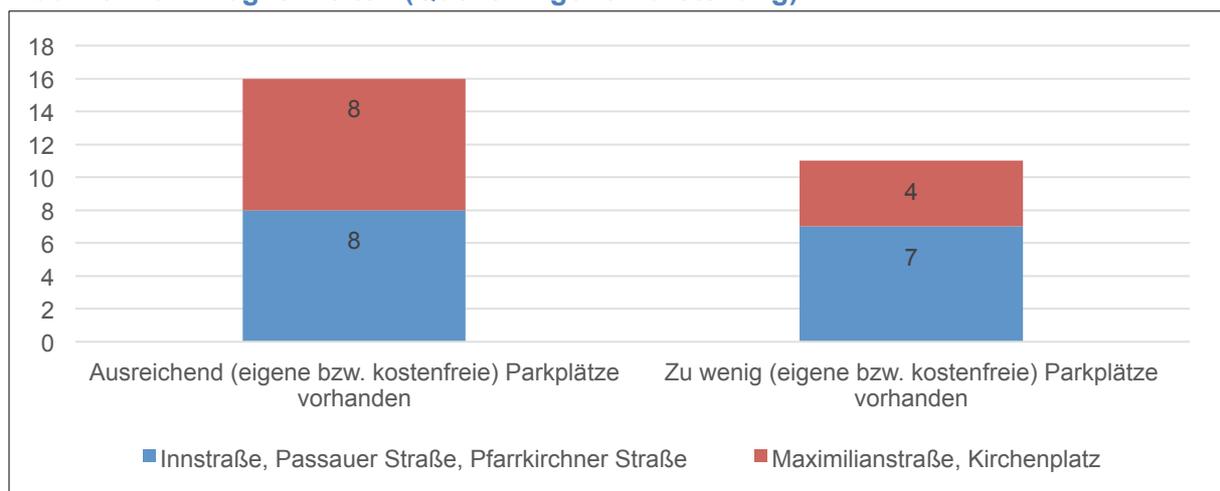


Die Erreichbarkeit der Geschäfte hängt eng mit den vorhandenen Parkmöglichkeiten zusammen (vgl. Abb. 9).

Die Einzelhändler in der Maximilianstraße sind im Allgemeinen wesentlich zufriedener mit den Parkmöglichkeiten als die Einzelhändler in der Innstraße.

Es wird häufig betont, dass in Simbach zwar ausreichend Parkplätze vorhanden wären, allerdings wollen die „Leute [wollen] so bequem wie möglich nah mit dem Auto parken“. Demnach sei es wichtig, dass ein Parkplatz vor dem Geschäft vorhanden ist, „ob er besetzt ist oder nicht, spielt keine Rolle (...) alleine das Gefühl, dass ein Parkplatz da ist, ist wichtig“. Die Kunden wollen „schnell reinlaufen und wieder raus“.

Abb. 18: Parkmöglichkeiten (Quelle: Eigene Darstellung)

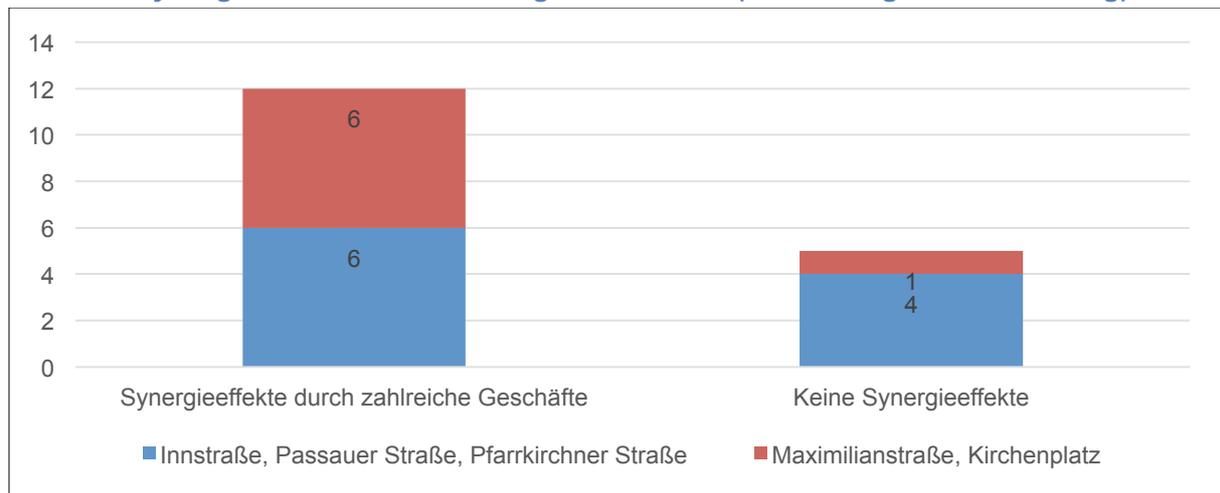


5.4.4. Nutzungsangebot

Synergieeffekte zwischen einzelnen Geschäften kennzeichnen eine belebte Innenstadt (vgl. Abb. 10). Nur wenige Interviewpartner geben an, dass es in Simbach keine derartigen

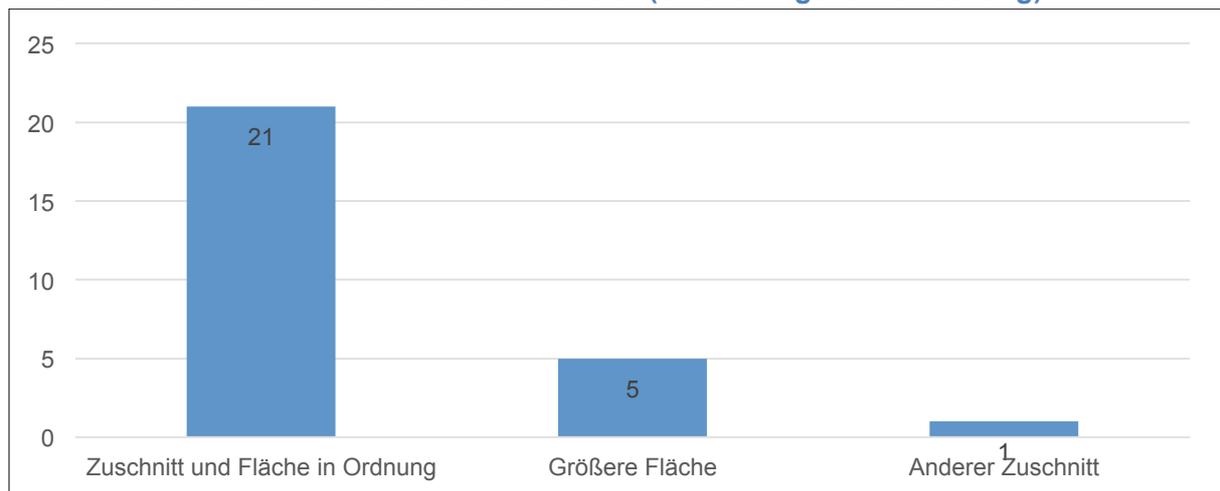
Synergieeffekte gebe. Die Mehrheit der Interviewpartner ist aber der Meinung, dass sie nicht von einem bestimmten Geschäft profitieren würden, sondern von einer belebten Geschäftsstraße im Allgemeinen. Ein Geschäft profitiert davon, wenn auch im Umfeld attraktive Geschäfte sind: „Es is egal was kommt, wenns ansprechend is...ein Blumenladen, ein Restaurant, alles is förderlich“. Alle Geschäfte zusammen ergeben eine Symbiose: „Je bunter, desto besser“. Eine funktionierende Innenstadt führt dazu, dass jeder von jedem profitiert.

Abb. 19: Synergieeffekte mit Nachbargrundstücken (Quelle: Eigene Darstellung)



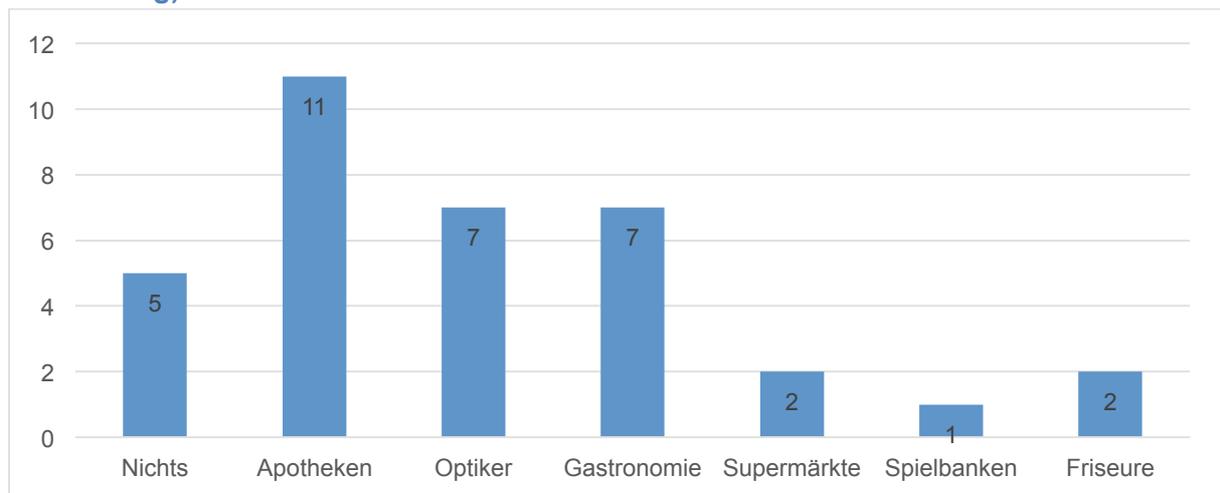
Der Zuschnitt und die Fläche des Geschäfts ist für den Großteil der Befragten in Ordnung (21x) (vgl. Abb. 11). Einige wenige Einzelhändler würden sich eine größere Ladefläche wünschen (5x) oder einen anderen Zuschnitt (1x).

Abb. 20: Zuschnitt und Fläche des Geschäfts (Quelle: Eigene Darstellung)



Nach der Einschätzung der Einzelhändler sind einige Geschäfte, „Nutzungsangebote“, in Simbach überrepräsentiert (vgl. Abb. 12). Dazu gehören beispielsweise die Apotheken, die an dieser Stelle elf Mal genannt wurden, die Optiker (7x), Gastronomie (7x), Supermärkte (2x), Spielbanken (1x) und Friseurgeschäfte (2x). Fünf Personen sind der Meinung, dass in Simbach keine Nutzungsangebote des Einzelhandels überrepräsentiert sind.

Abb. 21: Überrepräsentiertes Nutzungsangebot in Simbach (Quelle: Eigene Darstellung)



Damit die Innenstadt neu belebt werden kann, sollen Nutzungsnischen ermittelt werden, die das Nutzungsangebot in Simbach bereichern und erweitern (vgl. Abb. 13). Besonders unterrepräsentiert sei der Bereich „Bekleidung“. Insgesamt 20 Personen nannten unterschiedliche Kategorien in diesem Bereich, die in Simbach noch nicht vertreten sind (vgl. Abb. 14).

Fehlen würde außerdem eine Bäckerei in der Innstraße (2x), nachdem die Bäckerei Fischhold dort ihre Filiale schließen musste und seitdem nur deren Filiale in der Maximilianstraße weitergeführt wird. Auch ein Supermarkt in der Innstraße (2x), Café(s) (3x), ein Schreibwarengeschäft (3x) und ein Geschäft für Kleinartikel (2x) werden gewünscht. Zudem erhoffen sich einige Einzelhändler einen „Magnetbetrieb mit Anziehungskraft“: *„Irgendein Magnet, der die Leute in die Stadt reinzieht“*. Ein Interviewpartner wünscht sich kreative Geschäfte, die ein Erlebnis bieten, den Kunden begeistern und innovativ sind: *„Wenn man einkauft, will man ein Erlebnis haben, sonst könnte man ja gleich über das Internet bestellen (...) Die Geschäfte, die es verstehen, den Kunden zu begeistern, werden erfolgreich sein in der Zukunft (...) Die Geschäfte, die meinen, sie können Geschäft machen, indem sie mit irgendeiner Ware nur handeln, die zufällig halt in ist im Moment, die werden auf lange Sicht hin scheitern, weil das gibt's ja schneller, einfacher über das Internet“*.

An Bekleidung fehlen insbesondere Herrenbekleidung (10x), Bekleidung für junge Leute (5x), Kinderbekleidung (5x) und Schuhe (7x). Auch „Hochkaräter“ im Bekleidungsbereich, also qualitative, höherwertige Bekleidung, würden fehlen.

Abb. 22: Unterrepräsentierte Nutzungsangebote in Simbach (Quelle: Eigene Darstellung)

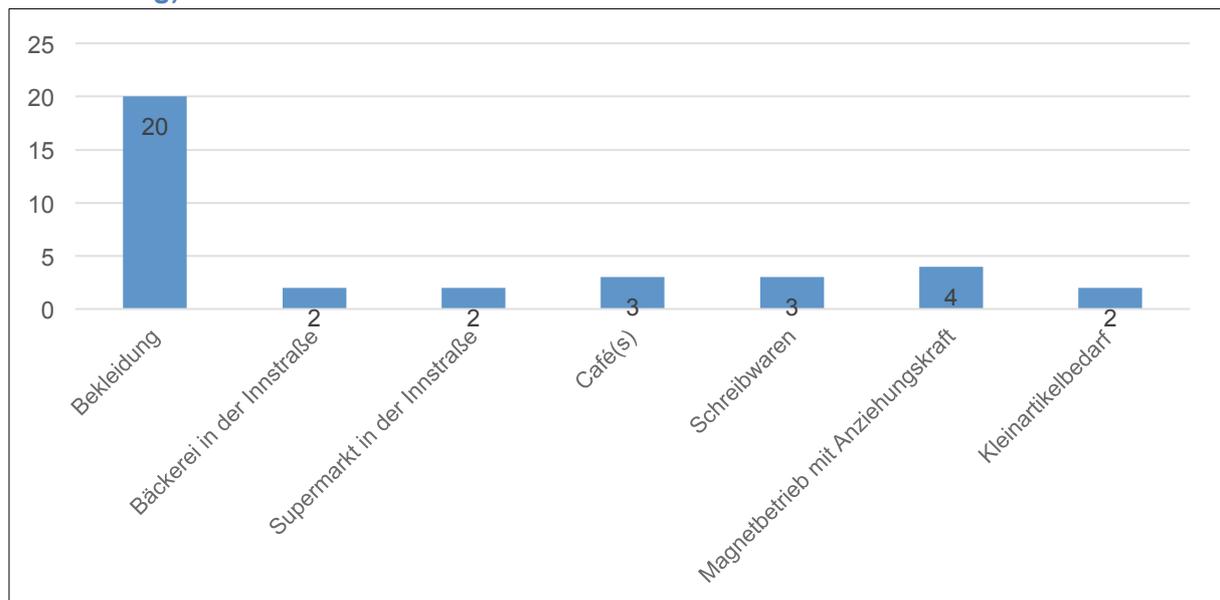
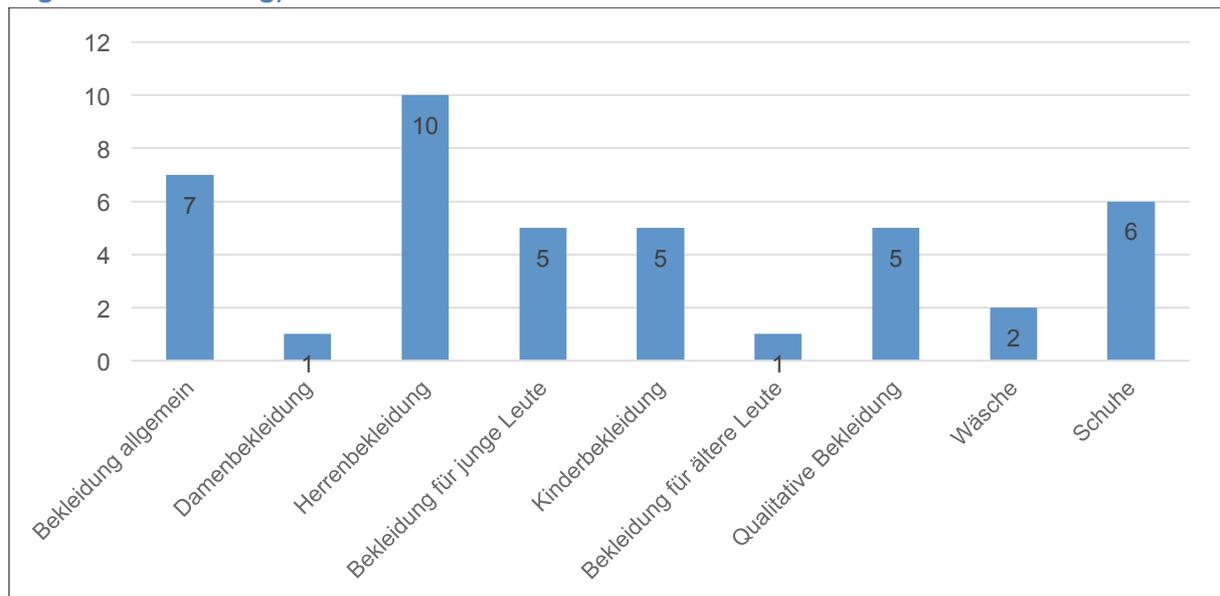


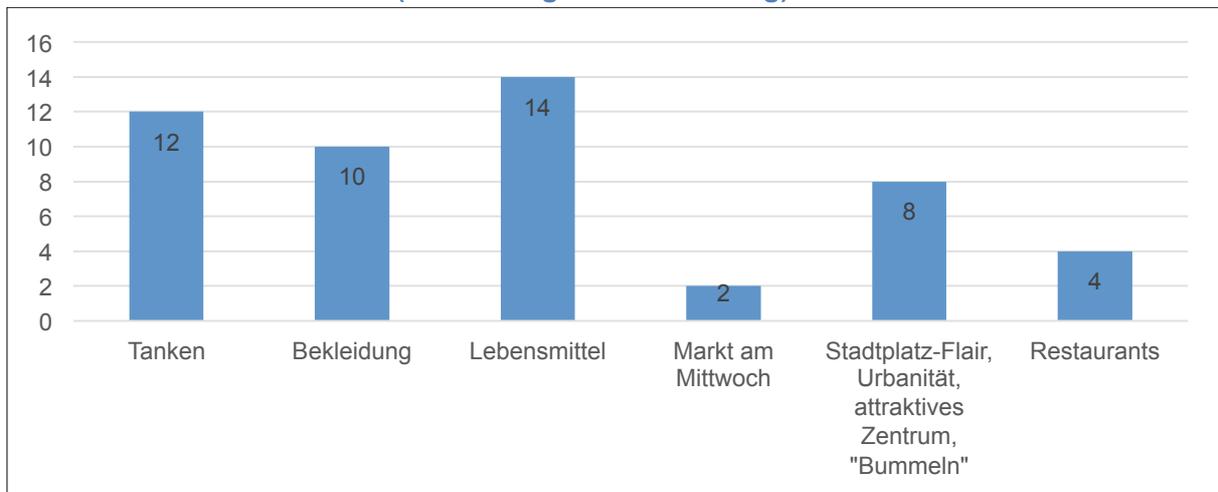
Abb. 23: Unterrepräsentierte Nutzungsangebote im Bereich „Bekleidung“ (Quelle: Eigene Darstellung)



Da auch die speziellen überörtlichen Begebenheiten miteinbezogen werden sollen (Simbach und Braunau als „Zwillingsstadt“), ist auch das Nutzungsangebot relevant, für das die Simbacher nach Braunau fahren (vgl. Abb. 15). Wie angenommen werden kann, fahren viele Simbacher wegen der niedrigeren Treibstoffpreise nach Braunau (12x). Einige Interviewpartner geben an, dass es Lebensmittel (14x) gebe, die in Österreich qualitativ besser seien, beispielsweise Fleisch- und Milchprodukte. Dafür würden aber auch Braunauer in Simbach Lebensmittel einkaufen: „Es gibt einige Lebensmittel, die ich nur in Braunau kaufe, dafür gibt es einige Braunauer, die bestimmte Lebensmittel nur bei uns kaufen“. Generell besteht eine wechselseitige Unterstützung der beiden Städte: „Ich fahre gerne nach Braunau und wir sind auch froh, dass die Braunauer zu uns kommen“. Auch für Bekleidung (10x) fahren die Simbacher nach Braunau.

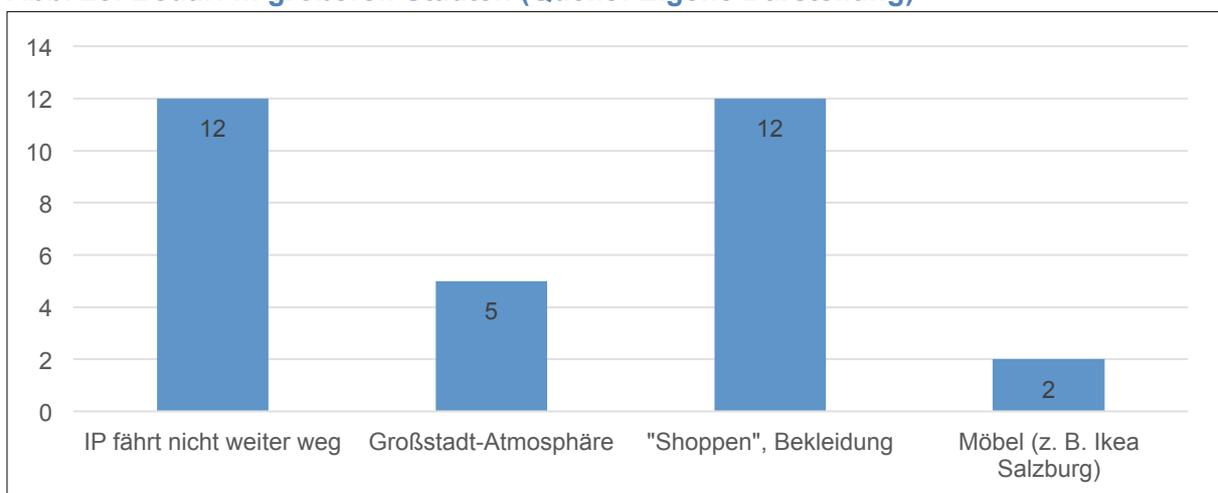
Braunau wird im Vergleich zu Simbach deutlicher als urbanes, kompaktes Zentrum mit Stadtplatz-Flair wahrgenommen: „Da [Braunauer Stadtplatz] ist mehr los, ich mein, wenn man bei uns auf den Kirchenplatz schaut, da ist nichts los, das liegt halt daran, dass ringsrum um den Kirchenplatz lauter Sachen sind, die, naja (2) eine Schule – hat da nichts zu suchen eigentlich. Da kann ich mir ein Einkaufszentrum statt der Schule eher vorstellen“, „Braunau ist richtig schön aufgestellt, da hast du wirklich auch einen Stadtplatz, da hast du den Stadtplatz-Flair, da hast du links und rechts Geschäfte, Restaurants, Optiker, da ist alles! Und alles beieinander“, „Man geht über die Brücke und man hat das Gefühl, man ist in einem anderen Land“. Am Markttag, für den die Simbacher auch gerne nach Braunau kommen (2x), habe Braunau bei schönem Wetter sogar „Italien-Flair“, man könne „bummeln“ und danach die schönen Restaurants (4x) am Stadtplatz besuchen.

Abb. 24: Bedarf in Braunau (Quelle: Eigene Darstellung)



Bezüglich des Bedarfs in größeren Städten (vgl. Abb. 16) geben zwölf Personen an, dass sie nicht oder nur kaum weiter weg fahren, um Einkäufe zu erledigen. Ebenfalls zwölf Befragte geben an, dass sie zum „Shoppen“ vor allem wegen Bekleidung in größere Städte fahren. Auch die Großstadt-Atmosphäre (5x) und der Möbelkauf (2x) sind für einige Befragte ein Grund, in größere Städte zu fahren.

Abb. 25: Bedarf in größeren Städten (Quelle: Eigene Darstellung)



5.4.5. Zukünftige Gestaltung Simbachs

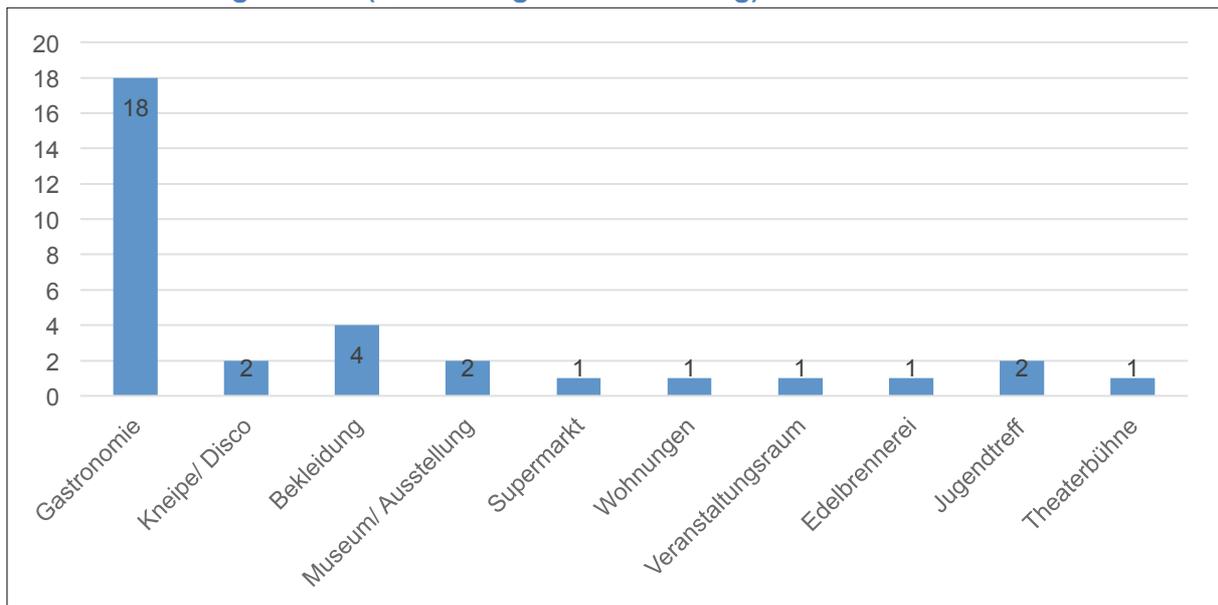
Die Befragten sollten auch ihre Ideen für die zukünftige Gestaltung Simbachs einbringen können. Die Neugestaltung des ehemaligen "Stadls" an der Kreuzung Passauer Straße / Münchner Straße / Innstraße wäre ein Projekt, das in Zukunft realisiert werden könnte (vgl. Abb. 17).

Viele Interviewpartner könnten sich aufgrund der historischen Gewölbe ein Weinlokal oder ein Restaurant (18x) gut vorstellen: „*Ein schönes Lokal, Vinothek oder irgend so was, Bistro...*“, „*Mei so irgendwie sowas wie ein kleines Bistro, Café, so was wär jetzt da schon angebracht*“.

Für die Nutzung des "Stadls" käme für einige Befragte auch eine Kneipe / Disco (2x), ein Bekleidungsgeschäft (4x), ein Jugendtreff (2x) oder ein Museum / Ausstellung (2x) infrage. Ein Interviewpartner war der Meinung, dass die Räumlichkeiten des "Stadls" besonders für eine Ausstellung für moderne Kunst geeignet wären. Außerdem gebe es noch kein Museum oder eine Ausstellung für moderne Kunst in Simbach.

Eine Umgestaltung des "Stadls" wird jedoch kontrovers diskutiert: „*Das ist ein Juwel, wenn das einer richtig macht*“, allerdings wäre eine etwaige Renovierung auch ein „*Riesenprojekt*“.

Abb. 26: Nutzung "Stadl" (Quelle: Eigene Darstellung)



5.4.6. Sonstige Wünsche und Anregungen

Die befragten Einzelhändler wünschen sich allgemein, dass nicht zu sehr festgehalten wird an dem, was schon da ist, denn nur, weil es immer so war, ist es nicht unbedingt gut. Die Simbacher Kommunalpolitik sei viel zu vorsichtig, man solle auch mal etwas wagen, es bestehe eine „*Verteidigungshaltung*“.

Die Kooperation und Partnerschaft mit Braunau wird positiv gesehen. Das gemeinsame Stadtmarketing solle erhalten und weiter ausgebaut werden. Die befragten Einzelhändler würden sich eine gemeinsame Einkaufsnacht und ein „Brückenfest“ wünschen. Braunau und Simbach könnten sich „*ganz toll miteinander entwickeln*“. Die Verbindung der Brücke solle zudem stärker genutzt werden: Ein Interviewpartner schlägt vor, die Brücke zu verbreitern

und auf der Brücke links und rechts Geschäfte einzurichten (z. B. während der Weihnachtszeit): *„Wir sind eine der wenigen europäischen Städte, die das können“*.

Die Innstraße als Haupteinkaufsstraße soll ein gemeinsames, einheitliches Bild bekommen, z.B. durch Auflagen für die Hauseigentümer zur Erneuerung der Fassaden. Auch die Illumination aller Schaufenster bei Nacht wäre erstrebenswert. Durch die Beleuchtung könnten Menschen auch nachts auf die Geschäfte aufmerksam werden: *„Beleuchtung macht viel aus“*.

Der geplante Grünraum um den Simbach müsse laut der Meinung einiger Personen unbedingt mit einer Revitalisierung der Innenstadt einhergehen. Der neue Grünraum habe ohne eine belebte Innstraße keinen Wert, die Leute kämen nicht für den Grünraum allein: *„Wer sitzt im neuen Park, wenn keine Leute [von der Innstraße] kommen?“*

Auch an der Gestaltung des Kirchenplatzes könnten noch einige Änderungen vorgenommen werden. Menschen würden sich am Kirchenplatz nicht gerne aufhalten, er sei überdimensioniert und nicht schön bepflanzt, es müsste grüner und schattiger sein. Zusätzlich müsste er besser belebt werden, die neue Eisdielen ist ein Anfang, aber ansonsten sei *„nichts los“*. Das Pflaster auf dem Kirchenplatz ist besonders für ältere Leute unpraktisch.

5.4.7. Zusammenfassung der Interviewergebnisse

Der Mangel an (kostenfreien) Parkplätzen in Simbach ist ein Problem, das sich bei den Interviews immer wieder herauskristallisierte. Die Leute würden gerne nah und direkt vor dem Geschäft parken.

Die Frage nach dem besten Verkehrssystem für den Simbacher Einzelhandel kann nicht eindeutig beantwortet werden. Jeder Einzelhändler würde natürlich eine Verkehrsführung bevorzugen, die am besten zu seinen Bedürfnissen passt. Dennoch kann zusammenfassend gesagt werden, dass diejenigen Einzelhändler aus der Innstraße, die am meisten von einer Verkehrsänderung beeinflusst werden würden, sich mehrheitlich für die bisherige Verkehrsführung entscheiden würden.

Bezüglich der Geschäfte in Simbach wird kritisiert, dass diese in vielen Fällen unattraktiv auf Kunden wirken könnten. Die bestehenden Geschäfte sollen ihre Attraktivität verbessern und neue, innovative, kleine Geschäfte, die eine Magnetfunktion besitzen, sollen zusätzlich angesiedelt werden. Die gesamte Innenstadt kann davon profitieren. Insgesamt solle mehr Wert auf das „Erlebnis“ beim Einkaufen gelegt werden.

Ein Nutzungsangebot in Simbach, das noch weiter ausgebaut werden könnte, wäre der Bereich Bekleidung, v. a. für Herren, Kinder und junge Erwachsene. Auch qualitative Kleidung wird in Simbach vermisst.

6. Leitlinien, Handlungsempfehlungen und Projekte

Damit die bereits analysierten Strukturschwächen im Einzelhandel und in der Infrastruktur möglichst schnell und effizient ausgeglichen werden können, ist die Formulierung der Lösungsansätze in Handlungsempfehlungen und Leitprojekten von besonderer Relevanz. Die übergeordnete Handlungsempfehlung setzt ein strategisches Ziel fest. Daraus gehen dann einzelne Leitprojekte hervor, die die Handlungsempfehlung in konkrete Praxisvorhaben transformieren. Die Leitprojekte selbst unterteilen sich in die Beschreibung, die Zielsetzung sowie die einzelnen Umsetzungsschritte, die notwendig sind, um das Leitprojekt ganzheitlich und zielführend zu erfassen. Abschließend dient die Nennung potenzieller Förderstellen dazu, Hinweise für die finanzielle Unterstützung für den Leitprojekträger, in diesem Fall die Stadt Simbach, zu geben.

Handlungsempfehlung 1: Verbesserung der Attraktivität des Einzelhandels

1. Schaffung eines gemeinsamen Erscheinungsbildes (Erneuerung der Fassaden, Illumination bei Nacht usw., einheitliche Gestaltung der Schaufenster)
2. Gemeinsame Verwaltung des Einzelhandels (z. B. im Sinne eines *Business Improvement Districts* = Eigentümer entschließen sich mehrheitlich, gemeinsam ihr Quartier aufzuwerten, indem sie ihre Immobilien erneuern und das Viertel verschönern)
3. Ansiedelung von neuen, attraktiven Geschäften (Erlebnisorientierung, Magnetfunktion)

Handlungsempfehlung 2: Optimierung des Parkplatzangebots

4. Schaffung von mehr kostenfreien, einzelhandelsnahen Parkplätzen (Innstraße + Maximilianstraße: evtl. Verlängerung der kostenfreien Parkdauer)

Handlungsempfehlung 3: Erweiterung des Nutzungsangebots

5. Erweiterung des Nutzungsangebots im Bereich Bekleidung
6. Erweiterung des Nutzungsangebots um den Bereich Geschenkartikel
7. Umbau des ehemaligen "Stadls", z. B. zu einem Weinlokal
8. Erweiterung des Nutzungsangebots der Gastronomie durch Außengastronomie im neuen Grünstreifen am Simbach

Handlungsempfehlung 4: Belebung der Innenstadt

9. Neues Konzept für den Kirchenplatz
10. Leerstände in der Innstraße wiederbeleben
11. Kulturelle Veranstaltungen mit Musik und Kunst
12. Bänke und Stühle in attraktiver Umgebung aufstellen

Handlungsempfehlung 5: Mobilitätskonzept

13. Radwege an den Straßen und am Simbach schaffen
14. Gehwege in der Innstraße und Passauerstraße verbreitern

Maßnahme 1: Schaffung eines gemeinsamen Erscheinungsbildes (Erneuerung der Fassaden, Illumination bei Nacht usw., einheitliche Gestaltung der Schaufenster)
Handlungsempfehlung: <i>Verbesserung der Attraktivität des Einzelhandels</i>
Beschreibung
Ausgangssituation:
Baufällige und ästhetisch wenig ansprechende Schaufenster und Fassaden ergeben ein bedingt attraktives Einkaufsumfeld in der Innstraße. Die schlechte oder fehlende Straßenbeleuchtung am Abend lädt nicht zum längeren Verweilen im Innenstadtbereich ein.
Zielsetzung:
<i>Über eine einheitliche, farbenfrohe Gestaltung der Schaufenster sowie einer durchwegs illuminierten Innstraße soll ein positives Einkaufsumfeld und -gefühl geschaffen werden, das zu einer längeren Aufenthaltsdauer in der Innstraße und den anliegenden Gebieten führt.</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktaufnahme mit örtlichen Einzelhändlern • Gemeinsames Konzept zur Schaufenstergestaltung • Reparatur oder Beschmückung baufälliger Fassaden • Neue Straßenlaternen für eine dauerhafte Illumination
Mögliche Förderstellen:
Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern, für Bau und Verkehr; Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) (vgl. <i>Bundesministerium für Energie und Wirtschaft</i> o.J.)

Maßnahme 2: Gemeinsame Verwaltung des Einzelhandels (z. B. im Sinne eines Business Improvement Districts = Eigentümer entschließen sich mehrheitlich, gemeinsam ihr Quartier aufzuwerten, indem sie ihre Immobilien erneuern und das Viertel verschönern)
Handlungsempfehlung: <i>Verbesserung der Attraktivität des Einzelhandels</i>
Beschreibung
Ausgangssituation:
Die örtlichen Einzelhändler sind untereinander wenig vernetzt und die Verwaltung/Gestaltung der einzelnen Immobilien läuft auf sehr individueller Basis ab. Dadurch können keine Synergien entstehen und das Erscheinungsbild der Simbacher Innenstadt bleibt uneinheitlich.
Zielsetzung:
<i>Indem die Eigentümer und Einzelhändler ihre Stärken bündeln und gemeinsame Ziele definieren, können Synergien entstehen. Wirtschaftlich können alle Einzelhändler davon profitieren und durch die einheitliche Aufwertung des Viertels eine höhere Aufenthaltsdauer generieren.</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenschluss der Einzelhändler und Eigentümer • Gemeinsame Definition von Zielen und deren Umsetzungsschritte • Einheitliche Aufwertung durch Verschönerung der Immobilien • Gemeinsame Verwaltung des Einzelhandels und gegenseitige Hilfe • Nutzung von Synergien
Mögliche Förderstellen:
Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern, für Bau und Verkehr; Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) (vgl. <i>Bundesministerium für Energie und Wirtschaft</i> o.J.)

Maßnahme: 3. Ansiedelung von neuen, attraktiven Geschäften (Erlebnisorientierung, Magnetfunktion)
Handlungsempfehlung: <i>Verbesserung der Attraktivität des Einzelhandels</i>
Beschreibung
Ausgangssituation:
Simbach bietet bisher lediglich überwiegend ein Portfolio an herkömmlichen Geschäften, z.B. Schuhladen oder Juwelier. Die Anziehungskraft des Einzelhandels hält sich deshalb bisher in Grenzen, da potenzielle Kunden nur für den Standard-Einkauf oder mit einem bestimmten Ziel die Innenstadt aufsuchen.
Zielsetzung:
<i>Mit der Ansiedelung von Nischen-Geschäften, z.B. einer Weinhandlung oder einem Zoofachgeschäft (vgl. Vorschläge der Bürger im Workshop aus Kapitel 4), sollen auch Kunden aus benachbarten Landkreisen oder überregionale Interessengruppen angezogen werden. Besonders durch eine attraktive Aufmachung und ein besonderes Einkaufserlebnis soll ein Erlebnisgefühl geschürt werden, dass langfristig als Magnetfunktion dienen kann.</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Bereitstellung und Sanierung von potenziellen Einzelhandelsflächen • Werbung für die Ansiedelung neuer Geschäft mit Nischen-Produkten • Schaffung eines Erlebnisgefühls durch besondere Aufmachung der Geschäfte
Mögliche Förderstellen:
<i>Bundesagentur für Arbeit (sog. Einstiegsgeld), StartGeld der KfW Bankengruppe, Beteiligungskapital der BayBG, (vgl. Bundesministerium für Energie und Wirtschaft o.J.)</i>

Maßnahme 4: Schaffung von mehr kostenfreien, einzelhandelsnahen Parkplätzen (Innstraße + Maximilianstr.: evtl. Verlängerung der kostenfreien Parkdauer)
Handlungsempfehlung: <i>Optimierung des Parkplatzangebotes</i>
Beschreibung
Ausgangssituation:
Zeitlich begrenzte und kostenintensive Parkplatzangebote in der Simbacher Innenstadt tragen zu einer geringen Verweildauer in der Innenstadt bei. Außerdem sorgt das fehlende Parkplatzangebot dafür, dass die Fahrzeuge widerrechtlich abgestellt werden. Dies führt letztlich zu einer sinkenden Aufenthaltsdauer und zu wenig ansprechenden Straßenzügen durch geparkte Fahrzeuge.
Zielsetzung:
<i>Mit der Schaffung neuer, teilweise kostenloser Parkplätze, soll dem Parkplatzmangel Einhalt geboten werden und dazu dienen, den Bürgern einen längeren Aufenthalt für den Einkauf in der Innenstadt zu ermöglichen.</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Suche nach geeigneten Flächen für die Errichtungen neuer Parkplätze • Beschilderung in der Innenstadt für das kostenlose Parkplatzangebot • Stärkere Kontrolle für widerrechtlich abgestellte Fahrzeuge in der Innenstadt
Mögliche Förderstellen:
<i>Landwirtschaftliche Rentenbank (LR), Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern, für Bau und Verkehr; Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) (vgl. Bundesministerium für Energie und Wirtschaft o.J.)</i>

Maßnahme 5: Erweiterung des Nutzungsangebots im Bereich Bekleidung
Handlungsempfehlung: <i>Erweiterung des Nutzungsangebots</i>
Beschreibung
Ausgangssituation:
Die Bürger der Stadt Simbach vermissen Bekleidungsgeschäfte in der Innenstadt, vor allem Angebote für eine jugendliche und junge Zielgruppe und für Herren, für die es gar keine Einkaufsmöglichkeit gibt. Dafür fahren die Bürger teils zum Rennbahncenter, teils in andere Städte, um ihren Bedarf zu decken.
Zielsetzung:
<i>Das Nutzungsangebot im Bereich Bekleidung in der Simbacher Innenstadt muss ausgebaut werden. Dazu sollten neben den vorhandenen Geschäften in Maximilianstraße auch in der Innstraße wieder Bekleidungsgeschäfte entstehen, da sich dort vor der Flut schon „Damenmoden Nebl“ befand. Angebote für Herren sollten geschaffen werden, vielleicht auch integriert in bestehende Geschäfte. Außerdem sollte es mehr Bekleidungsgeschäfte mit junger Mode geben, Boutiquen oder spezielle Angebote wie faire, ökologische Mode.</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktaufnahme mit örtlichen Bekleidungseinzelhändlern • Kontaktaufnahme mit möglichen Bekleidungseinzelhändlern, evtl. Filialisten • Prüfung, ob (räumliche) Möglichkeiten in der Innstraße oder am Kirchenplatz
Mögliche Förderstellen:
ERP-Gründerkredit der KfW-Bankengruppe LfA Förderbank Bayern, IHK, „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, „Kapital für Handwerk, Handel und Gewerbe“ der Bayerischen Beteiligungsgesellschaft mbH (vgl. <i>Bundesministerium für Wirtschaft und Energie</i> o.J.)

Maßnahme 6: Erweiterung des Nutzungsangebots um den Bereich Geschenkartikel
Handlungsempfehlung: <i>Erweiterung des Nutzungsangebots</i>
Beschreibung
Ausgangssituation:
In den beiden Buchhandlungen in der Innstraße gibt es ein gewisses Kontingent an Geschenkartikeln. Die Bürger wünschen sich allerdings weitere Geschäfte, deren Angebot sich auf kleinere Geschenkartikel und Dekorationsartikel konzentriert.
Zielsetzung:
<i>Ein oder mehrere Geschäfte mit Geschenkartikeln haben Synergieeffekte für umliegende Einzelhändler und ziehen Menschen zum Bummeln und für kleine Erledigungen in die Simbacher Innenstadt</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktaufnahme mit möglichen Geschenkartikel-Einzelhändlern, evtl. Filialisten wie <i>Marionnaud</i> etc. • Prüfung, ob (räumliche) Möglichkeiten in der Innstraße oder am Kirchenplatz
Mögliche Förderstellen:
ERP-Gründerkredit der KfW-Bankengruppe, LfA Förderbank Bayern, IHK, „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, „Kapital für Handwerk, Handel und Gewerbe“ der Bayerischen Beteiligungsgesellschaft mbH (vgl. <i>Bundesministerium für Wirtschaft und Energie</i> o.J.)

Maßnahme 7: Umbau des ehemaligen Stadls, z. B. zu einem Weinlokal
Handlungsempfehlung: <i>Erweiterung des Nutzungsangebots</i>
Beschreibung
Ausgangssituation:
Der sogenannte „Stadl“ in der Passauer Straße steht seit langer Zeit leer. Das Gebäude und die dahinter liegende Freifläche werden von vielen Bürgern als „Schandfleck“ bezeichnet. Da das Gewölbe des Stadls jedoch denkmalgeschützt ist, kann das Gebäude nicht ohne weiteres abgerissen werden. Daher muss eine geeignete Nutzung und ein Investor gefunden werden.
Zielsetzung:
<i>Viele Bürger können sich einen gastronomischen Betrieb für das Gebäude des Stadls vorstellen, eventuell ein Weinlokal im Gewölbe mit Weinverkauf und Außengastronomie. Das Gebäude könnte auch für kulturelle Veranstaltungen genutzt werden, ein Parkplatz könnte auf der Freifläche geschaffen werden.</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Begehung des Stadls • Rücksprache mit dem Denkmalamt • Suche nach Investoren/Gastronomen
Mögliche Förderstellen:
Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR), Städtebauförderung des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), Städtebauförderung des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR), Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern, für Bau und Verkehr, Denkmalpflegeprogramm „National wertvolle Kulturdenkmäler“ des Bundesverwaltungsamts (vgl. <i>Bundesministerium für Wirtschaft und Energie</i> o.J.)

Maßnahme 8: Erweiterung des Nutzungsangebots der Gastronomie durch Außengastronomie im neuen Grünstreifen am Simbach
Handlungsempfehlung: <i>Erweiterung des Nutzungsangebots</i>
Beschreibung
Ausgangssituation:
Der jetzige Grünstreifen am Simbach bietet zwar einen Rad- und Fußweg und einige Bänke, nichtsdestotrotz ist der Bereich meist verwaist. Mit dem Umbau im Zuge des Hochwasserschutzes wird sich das Gebiet verändern und es müssen Anstrengungen für eine Belebung unternommen werden.
Zielsetzung:
<i>Nach dem Umbau des Grünstreifens sollte das Gebiet die „grüne Lunge“ Simbachs werden, leicht zugänglich von der Innenstadt aus und belebt durch einen Biergarten, eine Strandbar oder andere Außengastronomie. Natürlich muss die Sicherheit vor einer erneuten Hochwasserkatastrophe dabei an erster Stelle stehen, die Außengastronomie könnte sich zum Beispiel in einem erhöhten Bereich befinden.</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Rücksprache mit der Grünraumplanung • Kontaktaufnahme mit örtlichen Gastronomen
Mögliche Förderstellen:
Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR), Städtebauförderung des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), Städtebauförderung des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR), Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern, für Bau und Verkehr (vgl. <i>Bundesministerium für Wirtschaft und Energie</i> o.J.)

Maßnahme 9: Neues Konzept für den Kirchenplatz
Handlungsempfehlung: <i>Belebung der Innenstadt</i>
Beschreibung
Ausgangssituation:
Der Kirchenplatz rund um die Gebäude Kirchenplatz 1 (Sparkasse, AOK) und Kirchenplatz 3 („Wittelsbacher Haus“) könnte potentiell ein attraktives Zentrum zum Flanieren und Shoppen darstellen. Jedoch ist der Platz an sich wenig bis gar nicht bepflanzt, bietet wenige einladende Sitzflächen und wirkt insgesamt sehr unscheinbar. Zusätzlich befindet sich im Wittelsbacher Haus ein großer Anteil an Leerständen. Auch fehlt es an ausreichend Parkmöglichkeiten.
Zielsetzung:
<i>Indem sich attraktive Geschäfte im Gebäude Kirchenplatz 3 ansiedeln, durch Bänke etc. (mehr) Sitzgelegenheiten geschaffen werden, und eine Bepflanzung des Kirchenplatz-Zentrums vorgenommen wird, soll dieser wieder zum Bummeln und Verweilen einladen.</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Für Begrünung sowie Bestuhlung Zusammenarbeit bzw. Absprache mit Landschaftsarchitektin Gebhard • Kontaktaufnahme mit gewünschten Einzelhändlern, z.B. Filialisten oder Nischen-Anbieter • Ausweitung der Tiefgarage oder Suche nach anderweitigen Parkmöglichkeiten
Mögliche Förderstellen:
Städtebauförderung Bayern (vgl. <i>Bundesministerium für Wirtschaft und Energie</i> o.J.)

Maßnahme 10: Leerstände in der Innstraße wieder wiederbeleben
Handlungsempfehlung: <i>Belebung der Innenstadt</i>
Beschreibung
Ausgangssituation:
Im untersuchten Gebiet der Innstraße wurden insgesamt 16 Betriebe gefunden, die seit dem Hochwasser – und zum Teil bereits auch schon vorher – geschlossen sind. Dies entspricht einem sehr hohen Anteil an Leerstand. Manche Gebäude befinden sich noch im Renovierungsprozess, Geschäfte in anderen Gebäuden jedoch werden dem Anschein nach nicht mehr wiedereröffnet. Die Innstraße gibt damit ein unattraktives Bild ab und zieht nur noch bedingt Konsumenten an.
Zielsetzung:
<i>Durch Wieder- oder Neueröffnung von Betrieben und vor allem durch eine einheitliche Renovierung (siehe dazu auch Handlungsempfehlung Nummer 1) der Gebäude soll die Innstraße wiederbelebt und neben anderen Straßen/Bereichen zu einer Art Shoppingmeile werden.</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Aktive Suche nach Interessenten für leerstehende Gebäude (insbesondere auch hier nach eventuell interessierten Filialisten suchen) • Rücksprachen mit im Renovierungsprozess befindlichen Gebäudeinhabern/Pächtern hinsichtlich der Dauer bis zur Fertigstellung/Wiedereröffnung • Aktives Kommunizieren der verbleibenden Zeit bis zur Wiedereröffnung auf den Ladenflächen sowie online auf der Homepage der Stadt/in den sozialen Medien • Einigung mit Gebäudeinhabern, welche weder renovieren noch wiedereröffnen • Änderung der Parksituation (siehe Handlungsempfehlung Nummer 2)
Mögliche Förderstellen:
Städtebauförderung Bayern (vgl. <i>Bundesministerium für Wirtschaft und Energie</i> o.J.)

Maßnahme 11: Kulturelle Veranstaltungen mit Musik und Kunst
Handlungsempfehlung: <i>Belebung der Innenstadt</i>
Beschreibung
Ausgangssituation:
Zwar gibt es immer wieder kulturelle Veranstaltungen, v.a. im sog. LOKschuppen etwas außerhalb des Ortszentrums, jedoch fehlt den Bürgerinnen und Bürgern insbesondere in der Innenstadt ein größeres Angebot an Musik- und/oder Kunstveranstaltungen.
Zielsetzung:
<i>Um die Innenstadt wiederzubeleben, ist eine Ausweitung des kulturellen Angebots über die Grenzen des LOKschuppens hinaus nötig. Denkbar ist z.B. das Konzept einer regelmäßigen „Sitzweil“ in den Sommermonaten, wie es auch in anderen Städten erfolgreich praktiziert wird. Auch die Einführung eines monatlichen oder wöchentlichen Open-Air-Kinos (beispielsweise rund um den Kirchenplatz) inklusive kulinarischer Versorgung ist erstrebenswert. Eine Art „Nacht der Musik“ einmal im Jahr, bei der auf verschiedenen Bühnen Künstler aus der Region auftreten, ist ebenfalls eine mögliche Idee. In den Wintermonaten sollten, z.B. im Heimatmuseum, noch mehr Kunstausstellungen stattfinden. Durch derartige Veranstaltungen können wieder mehr Menschen in die Innenstadt gelockt werden.</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Überprüfen der in der Zielsetzung vorgeschlagenen Kulturkonzepte hinsichtlich ihrer Praktikabilität • Sammeln und Entwickeln weiterer Ideen • Zusammenarbeit mit der Werbegemeinschaft bei der Umsetzung von Ideen
Mögliche Förderstellen:
Aktuell gibt es hierfür keine Fördermittel durch Bund und Länder.

Maßnahme 12: Bänke und Stühle in attraktiver Umgebung aufstellen
Handlungsempfehlung: <i>Belebung der Innenstadt</i>
Beschreibung
Ausgangssituation:
Plätze zum Verweilen in idyllischer Umgebung sind in Simbach eher spärlich vorhanden. Zwar gibt es vereinzelt Sitzgelegenheiten, beispielsweise Bänke im Bereich zwischen Schulgasse und Maximilianstraße oder auch am Kirchenplatz unter der „Wittelsbacher Eiche“, auch im Stadtpark finden sich vereinzelt Bänke, die jedoch aufgrund unattraktiver Umgebung keine Besucher anziehen.
Zielsetzung:
<i>Um die Innenstadt wiederzubeleben und für Menschen aus der Umgebung und deren Freizeitgestaltung attraktiver werden zu lassen, sollten bequeme und schöne Sitzgelegenheiten angeschafft werden. Hier kann auch über den Tellerrand geschaut werden. Nicht nur die obligatorischen Stadtbänke, die man in den meisten Städten vorfindet, sondern auch Liegeflächen aus Holz oder anderem Material, wie am Beckenrand des Simbacher Schwimmbads, wären hier am Simbach vorstellbar. Gepaart mit einem wunderschön angelegten Stadtpark kann dies zu einer Wiederbelebung der Innenstadt führen.</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Überprüfen der Zielsetzung • Sammeln und Entwickeln weiterer Ideen, Zusammenarbeit mit Schulen, Kunstprojekt: „Bunte Bänke für Simbach“ • Festlegung, wo Sitzgelegenheiten in Simbach sinnvoll sind
Mögliche Förderstellen:
- Regierung von Niederbayern (2017)

Maßnahme 13: Radwege an den Straßen und am Simbach
Handlungsempfehlung: Verbesserung der Mobilität
Beschreibung
Ausgangssituation:
Im direkten Kontakt mit der Bevölkerung kristallisierte sich heraus, dass Radwege in Simbach durchaus gewünscht sind. An erster Stelle steht in diesem Zusammenhang der Sicherheitsaspekt. Radfahrer fühlen sich primär im Bereich der südlichen Innstraße aufgrund des hohen Grenzverkehraufkommens zwischen Braunau und Simbach unsicher. In der Tat kommen Radwege in Simbachs Innenstadt gar nicht vor.
Zielsetzung:
<i>Das Verkehrssystem muss in Simbach dringend verbessert werden. Hier könnte man beispielsweise durch die Stadt eine ausgewiesene Fahrbahn für Radfahrer festlegen und diese in einer bestimmten Farbe, beispielsweise rot, kennzeichnen. Aber auch entlang des Simbachs ist ein Radweg vorstellbar, sofern es die Planung des Wasserwirtschaftsamtes zulässt. Denn der Sicherheitsaspekt sollte stets im Fokus stehen. Ein Radweg durch Simbach könnte sich positiv für Simbachs Gasthäuser und Einzelhändler auswirken und deren Umsatz ankurbeln, vor allem in den Sommermonaten.</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Überprüfen der in der Zielsetzung vorgeschlagenen Radwegkonzepte und deren Umsetzbarkeit • Sammeln und Entwickeln weiterer Ideen • Zusammenarbeit mit der Verkehrsplanung
Mögliche Förderstellen:
- Bundesumweltministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (2017)

Maßnahme 14: Gehwege in der Innstraße und Passauerstraße verbessern
Handlungsempfehlung: Verbesserung der Mobilität
Beschreibung
Ausgangssituation:
Gehwege sind in Simbachs Innenstadt durchaus vorhanden. Allerdings sind diese sehr schmal und die Bordsteine sind hoch, sodass diese sowohl für junge Eltern mit Kinderwagen, als auch für ältere Menschen mit Gehhilfen problematisch sind.
Zielsetzung:
<i>Barrierefreiheit ist hier ein Schlagwort, welches auf die Gehwege in Simbach abzielen soll. Aufgrund des demografischen Wandels, der immer älter werdenden Menschen und des unweit von der Innstraße und Passauerstraße entfernten BRK Heims sollten die Gehwege den Bevölkerungsgruppen angepasst werden. Auch möchte man die junge Familien in der Stadt behalten bzw. ansiedeln. Somit sollten die öffentlichen Einrichtungen, die Verkehrsplanung und die Stadtplanung auf die Barrierefreiheit in der Stadt Simbach achten, damit sowohl junge als auch ältere Menschen mobil bleiben und die Geschäfte auch zu Fuß gut erreichbar sind.</i>
Umsetzungsschritte:
<ul style="list-style-type: none"> • Überprüfen der in der Zielsetzung vorgeschlagenen Gehwegkonzepts • Sammeln und Entwickeln weiterer Ideen • Zusammenarbeit mit der Verkehrsplanung
Mögliche Förderstellen:
- Regierung von Niederbayern (2017)

7. Fazit

Die Struktur des Einzelhandels in Simbach am Inn besaß bereits vor der Katastrophe des 1. Juni 2016 gewisse Defizite: eine räumliche Zersplitterung in mehrere Geschäftszentren, eine mangelnde Kompaktheit der Geschäftsstraßen, eine heterogene, nicht immer einladende Architektur, ein unvollständiges Branchenspektrum, eine spürbare Konkurrenzsituation zu Braunau und einen nicht unbeträchtlichen Leerstand. Die Flut des Simbachs hat diese Situation nicht eben verbessert, bietet nun aber im Rahmen des Wiederaufbaus die Gelegenheit, bestehende Strukturen zu überdenken und neue Impulse für eine erhöhte Aufenthaltsqualität in der Simbacher Innenstadt zu setzen. Simbacher Bürgerinnen und Bürger haben im Rahmen eines Bürgerworkshops eine Reihe von überlegenswerten Ideen und Vorschlägen vorgetragen, die helfen können, Simbach als Einzelhandelsstandort zu stärken. Die Auswertung von 27 Interviews mit Geschäftsleuten bzw. Einzelhändlern in den vom Hochwasser am stärksten betroffenen Ladenzeilen liefert ebenfalls interessante Ansätze, wie verschiedene Standortnachteile des Simbacher Einzelhandels ausgeglichen werden können.

Literatur

Gedruckte Quellen

CIMA Beratung + Management GmbH (2010): Einzelhandelsuntersuchung für die Stadt Simbach am Inn. Untersuchungsbericht. München: o.V.

HAAS, Hans-Dieter / NEUMAIR, Simon-Martin (2015): Wirtschaftsgeographie. München.

HEINEBERG, Heinz (2014): Stadtgeographie, Paderborn.

HECKER, Mischa (2010): Business Improvement Districts in Deutschland, Berlin, Humboldt Univ., Dissertation

KULKE, Elmar (2017): Wirtschaftsgeographie, Paderborn.

MEIER KRUKER, Verena / RAUH, Jürgen (2005): Arbeitsmethoden der Humangeographie. Darmstadt.

SCHEDIWY, R. (2005): Reflexionen zum Wandel in Architektur und Urbanistik. Wien.

STANDORT + MARKT Beratungsgesellschaft mbH (S+M) (2017): Immobilien-Masterplan Braunau-Simbach. Arbeitsstufe 1: Analyse Standort-Marktsituation für Stadt-, Tourismus- und Standortmarketing Braunau-Simbach GmbH. Mai 2017. Baden: o.V.

Onlinequellen

Bayerisches Landesamt für Statistik (2015): Statistik kommunal 2015. Stadt Simbach am Inn 09 277 145. Eine Auswahl wichtiger statistischer Daten. – URL: <http://www.simbach.de/images/pdf/statistik%20kommunal%202015%20simbach%20a.%20in%20n.pdf> (07.09.2017)

Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen (2017): BID Sachsentor. – URL: <http://www.hamburg.de/bid-projekte/4350924/bid-projekt-sachsentor/> (17.10.17)

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (o.J.): Förderdatenbank. Förderprogramme und Finanzhilfen des Bundes, der Länder und der EU. – URL: <http://www.foerderdatenbank.de/> (04.10.2017)

Bundesumweltministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (2017): BMUB fördert Investitionen in den Radverkehr – URL: <http://www.bmub.bund.de/pressemitteilung/bmub-foerdert-investitionen-in-den-radverkehr/> (05.10.2017)

CIMA Beratung + Management GmbH (2014): Kaufkraftstrom- und Einzelhandelsstrukturuntersuchung Oberösterreich-Niederbayern. Gesamtbericht – Oberösterreich. –URL: https://www.wko.at/branchen/ooe/handel/Landesbericht-OOe_Endversion-ohne-gutachterliche-Empfehlung.pdf (07.09.2017)

Donaupanoramaweg (2017): Deggendorf, Leben am Fluss. - URL: <https://www.donaupanoramaweg.de/donau-panoramaweg/stadt/deggendorf/> (17.10.17)

Gaugenrieder, Katharina (2017): Ich kauf regional. Wirtschaftsvereinigungen wollen Bewusstsein schärfen. - URL: <http://www.ichkaufregional.de/10-ich-kauf-regional> (10.09.2017)

Homepage der Stadt Simbach (2017): Stadt Simbach a. Inn. Zahlen – Daten – Fakten. – URL: http://www.simbach.de/images/pdf/ZAHLENDATA.pdf?artikel_id=&liste=&tmpl_typ=&lp=1928&a_rea=100 (07.09.2017)

Regierung von Niederbayern (2017): Städtebau und Bauordnung – URL: http://www.regierung.niederbayern.bayern.de/aufgabenbereiche/3/staedtebau_bauordnung/index.php (05.10.2017)

Regierung von Niederbayern (2017): Förderungen öffentlicher Flächen – URL: <http://www.regierung.niederbayern.bayern.de/suche/index.php?q=F%C3%B6rderung+%C3%B6ffentlicher+Fl%C3%A4chen&m=all&ps=10&wm=sub> (05.10.2017)

Regionalmanagement Erzgebirge (2017): Zschopau im Projekt „Lust auf Innenstadt“ Handlungsfelder und Projektideen. – URL: http://www.wirtschaft-im-erzgebirge.de/de/Leben_im_Erzgebirge/Lust_auf_Innenstadt/Zschopau_1404.html (10.09.2017)

SinkaCom (2017): Die Innenstadt geht online - Warum eine digitale Innenstadt? – URL: <http://www.innenstadt30.de/digitale-innenstadt.html> (11.09.2017)

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (2017): One-Stop Shopping – URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/one-stop-shopping.html> (07.10.2017)

STS Braunau-Simbach (o.J.): Daten, Fakten, Informationen. – URL: http://www.braunau-simbach.info/wp-content/uploads/2017/07/Pressemappe_STS_Braunau-Simbach.pdf (07.09.2017)

Wirtschaft im Erzgebirge (2017): Das Städtetzwerk „Lust auf Innenstadt“ im Erzgebirgskreis - Experimentierfeld und Ideenlieferant. – URL: http://www.wirtschaft-im-erzgebirge.de/de/Leben_im_Erzgebirge/Lust_auf_Innenstadt_1397.html (17.10.17)

Anhang

Excel-Tabelle

Adresse (Straße, Hausnummer)	Geschäftsinhaber/Pächter	Immobilien Eigentümer	Name des Geschäfts	AKTUELL: Leerstand?	Kontakt
Innstraße 1	Josef Hartl und Marion Collina	Erbengemeinschaft Josef Dietl/Gertrud Aloisia Bosse	Planküchen	war durchgehend geöffnet	Tel: 08571 5170 (geschäftlich) Tel: 0841 955700 (Bosse) Kontakt:
Innstraße 2 (Haus nicht gefunden)	Rückgebäude Münchner Str. 1a	Giandinotto Carmelo			
Innstraße 3	/ Leerstand	Kommanditgesellschaft Brauerei Adolf Weideneder	Gasthof zur Traube	Leerstand	Tel: 08571 920142 (geschäftlich) Kontakt: Marktplatz 43, Tann
Innstraße 4	Josef Fresz	Hans Engelhardt	Masche 31	war durchgehend geöffnet	Tel: 08571 9269240 (Fresz) Kontakt: Innstraße 34, Simbach
Innstraße 5	Julia Reuter	Martina Heindlmaier	Pfeiler's Flugreisen	war durchgehend geöffnet	Tel: 08571 6277 (geschäftlich) Kontakt: Bierstraße 40, Kirchdorf
Innstraße 6	Tanja Federer	Limone Veranstaltungs GmbH	Limone	war durchgehend geöffnet	Tel: 08571 921164 (Federer)
Innstraße 7	Pfeiler	Anton Pfeiler; Thomas Schmidtke; Seyfried Andrea, Seyfried Ronja Marie, Martin Karrer	Buchhandlung Anton Pfeiler jun.	kurzzeitig geschlossen, mittlerweile wieder geöffnet	Tel: 08571 2517 (geschäftlich)
Innstraße 8	Heide Dumm	Heidi Dumm und Ulrike Eberle	Dachauer	war durchgehend geöffnet	Tel: 08571 1326 (Frau Eberle) Kontakt: Bachhaus 1, Ering
Innstraße 9	Anton Pfeiler	Anton Pfeiler	Lotterie und Zeitschriften	wieder geöffnet	Tel. : 08571 6023560 (Herr Pfeiler)
Innstraße 10	Wilhelm Heyne	Wilhelm Heyne	schuh & sport heyne	war durchgehend geöffnet	Tel: 08571 91060 (geschäftlich)
Innstraße 11	(Familie Fischhold) und Simone Milano	Ingeborg Hilprecht	Eiscafé Da Simone und Fischhold Brote	Fischhold Brote dauerhaft geschlossen; Eiscafé umgezogen auf den Stadtplatz	Kontakt: Buchenstraße 5, Rimsting
Innstraße 12	VR-Bank	VR-Bank Rottal-Inn eG	VR-Bank	war durchgehend geöffnet	Tel: 08571 6040 (geschäftlich) Kontakt: Bahnhofstraße 2-4, Pfarrkirchen
Innstraße 13	Alois Feyrer	Alois Feyrer	Metzgerei Feyrer	geschlossen, Eröffnung demnächst erwartet	Tel: 08571 2561 (geschäftlich)
Innstraße 14	Stadt Simbach	Stadt Simbach	Rathaus		
Innstraße 16	Constanze Callies	Dirk Callies	Stadt-Apotheke Simbach	war geschlossen, mittlerweile wieder geöffnet	Tel: 08571 1401 (geschäftlich) Kontakt: Wilhelm-Dieß-Straße 5, Simbach
Innstraße 17	Albert Seidl	Albert Seidl	Druck und Medien Albert Seidl	Druckerei geöffnet, Schreibwaren nicht	Tel: 08571 8571 (???) lt. Google: -2363 (Schreibwaren) und -2133 (Druckerei)

Innstraße 18		Taubenböck Franz u. Sieglinde	Hypovereinsbank-Gebäude - Notar, Rechtsanwalt, VHS	Notar stark betroffen, neue Notarin	Kontakt: Jahnweg 18a, Simbach
Innstraße 19	/ Leerstand	Luigi Giandioti; Giandinoto Carmelo	<i>Leerstand/in Verhandlung mit Stadt seit 10 Jahren</i>		Kontakt: Karl-Mühlhuber-Straße 13, Simbach
Innstraße 20	/	Landkreis Rottal-Inn	<i>Turnhalle (kein Eingang)</i>		
Innstraße 21	/	Stadt Simbach	Heimatmuseum	betroffen, öffnet demnächst	
Innstraße 22	/ Leerstand	Marianne Schallmoser	<i>Leerstand</i>		Kontakt: Trametshausener Straße 2, Eggelsberg
Innstraße 24	/ Leerstand	Linder Karlheinz u. Klaus	<i>Leerstand</i>		
Innstraße 25 und 27	Matratzen Concord	Elise Eidenschink GmbH & Co KG	Matratzen Concord	betroffen, mittlerweile geöffnet	Tel: 08571 9229992 (geschäftlich)
Innstraße 26	Frau Beer	Klaus und Karl-Heinz Linder	Nebl Damenmoden	Inhaberin ist mit dem Geschäft umgezogen (Maximilianstraße 10; Mode Beer)	Tel: 08571 6025384 (Mode Beer Maximilianstraße)
Innstraße 26	Michael Magulan	Michael Magulan	Trödeladen? Russische Spezialitäten?	Leerstand, soll wieder eröffnet werden	Kontakt: Hofmark 19, Mühlheim
Innstraße 28		Maria Katharina Straubinger	Bistro Krambambuli und Casino Central Spielplatz; Subway und Goldan- und	Bistro und Spielepalast mittlerweile geöffnet; Goldverkauf und Subway noch	Tel: 08571 930838 (Krambambuli); Spielepalast: 08571 925956 Kontakt:
Innstraße 29		Wilhelm, Marianne, Elisabeth und Christoph Eppeneder			Kontakt: Steinbach 12, Wurmansquick
Innstraße 29		Diana und Johann Eder	Herren- und Damenkomode	geschlossen	Tel: 08571 8864 (geschäftlich), Kontakt: Oberschweib 1a, Mitterskirchen
<i>Innstraße 30</i>		<i>Maria und Hermann Lessing</i>	<i>Wohngebäude (kein Einzelhandel)</i>		
Innstraße 31	/ Leerstand	Elfriede und Fritz Nachrainer	<i>Leerstand</i>		Kontakt: Teichstraße 8a, Julbach
Innstraße 31	Stratulat	Nachreiner Elfriede	Sattlerei Stratulat	geschlossen, gerade im Aufbau	Tel: 08571 9256651, Mobil: 0151 6398882
Innstraße 32	Familie Lessing (sehr interviewoffen!)	Familie Lessing	DecoDomus Lessing	war geschlossen, aber seit Kurzem wieder geöffnet	Tel: 08571 8673 (geschäftlich)
Innstraße 32a		Familie Lessing	Armeeladen	dauerhaft geschlossen	
Innstraße 33		Marianne Schallmoser	Rush Hour	war geschlossen, mittlerweile wieder geöffnet	Kontakt: Trametshausener Straße 2, Eggelsberg

Innstraße 34	Frank Eder	Frank Eder/Astrid Großwieser/Marion und Otto Gründobler/Annemarie Werb/Hans Engelhardt/Alfred und Sophie Fraunhofer/Maria und Josef Lausmann	Radsport Eder	war geschlossen, mittlerweile wieder geöffnet	Tel.: 08571 6822 (geschäftlich) Kontakt: vgl. Eigentümergebiet (Patricia)
Innstraße 35	/	Wolfgang Voigt	Leerstand		Kontakt: Innstraße 35, Simbach
Innstraße 36		Ulrich Gerhard Jakob Meisinger	Wohngebäude (kein Einzelhandel)		Kontakt: Innstraße 38, Simbach
Innstraße 37		Manuela Hermann/Katja und Robert Schweida/Berta Herzog/ Richard und Marita Griesbacher/ Ursula Edrich/Marco Lammers/Sigrid Hörmann/Gerhard Lidl/Christian Taufinger			vgl. Eigentümergebiet (Patricia)
Innstraße 37	/ Leerstand mit Wunsch nach Vermietung	Christian Bertl	Leerstand mit Plakat "wird vermietet"		Kontakt: Am Lettenholz 28, Bad Tölz
Innstraße 38	Meisinger	Ulrich Meisinger	Musik Meisinger	dauerhaft geschlossen	vgl. Adresse
Innstraße 39	Carmelo Giandinoto	Carmelo Giandinoto	O sole mio	noch geschlossen, "in Kürze" geöffnet	
Innstraße 40		Ferdinand und Edith Geitner	Architektenbüro	noch geschlossen	vgl. Adresse
Innstraße 41	Herr Penker	Franz Penker	Stoffgeschäft und Penker Reinigung	dauerhaft geschlossen	vgl. Adresse
Innstraße 42	/Wohnhaus	Ingeborg und Karl Bauer	Wohnhaus		

Innstraße 43		Wolfgang Neuhauser	VR-Bank und Rio Lokal	beides wieder geöffnet	Kontakt: Oberach 70, Altheim
Innstraße 43a		Wolfgang Neuhauser	Praxis für Psychotherapie		Kontakt: Oberach 70, Altheim
Innstraße 44	ergo	Maria Strobl	ergo Versicherung	"in Kürze" Wiedereröffnung	Kontakt: Innstraße 44, Simbach
Innstraße 45	Diegruber	Wolfgang Diegruber	Gasthaus Diegruber	wieder geöffnet	Tel.: 08571 8121 (geschäftlich)
<i>Innstraße 46</i>		<i>Angela und Wilhelm Schopp</i>	<i>Wohngebäude (kein Einzelhandel)</i>		<i>Kontakt: Fallmayer Straße 28, München</i>
Innstraße 47		besteht nicht	abgerissen!		
Innstraße 48	Kunstverein Zollhaus Simbach am Inn e.V.	Angela und Wilhelm Schopp	Museum Zollhaus	wieder geöffnet	Tel.: 08571 923027 (geschäftlich) Kontakt: Fallmayer Straße 28, München
Innstraße 49		Josef Führer	"roll store sun roll"	öffnet demnächst wieder	Kontakt: Hermading 14, Burgkirchen
Innstraße 51		Rudolf Hannakampf	Appelhagen Fliesenhandel	Leerstand wegen Umzug (sehr knapp vor dem Hochwasser)	Tel.: 08571 9834648 (neues Geschäft) Kontakt: Ludwig-Ganghofer-Straße 29, Kastl
Innstraße 53		Lechner Wilhelm	Grenzland Immobilien	Leerstand	Tel.: 0170 8927822 (lt. Google)
<i>Innstraße 55, 57, 59, 61</i>		<i>59: Johannes Lehner 57: Wilhelm Jakob Lechner 61: Karl Sperl</i>	<i>Wohngebäude (kein Einzelhandel)</i>	<i>teilweise wieder bewohnt</i>	<i>Kontakt: Innstraße 53a, Simbach</i>
<i>Innstraße 63 und 65</i>		<i>Freistaat Bayern</i>	<i>Polizei</i>	<i>wieder geöffnet</i>	<i>Tel.: 08571 91390 (Dienststelle)</i>
Adresse (Straße, Hausnummer)	Geschäftsinhaber	Immobilien Eigentümer	Name des Geschäfts	AKTUELL: Leerstand?	Kontakt
Passauer Straße 1	(kein Einzelhandel)	Bundesrepublik Deutschland			Rudolf Godl Tel.: 0172 8540829
Passauer Straße 2		Brauerei Weidener	Sana Bau GmbH		Tel.: 08571 9250585
Passauer Straße 3	Herr Stein	Steinberger/Dierscher	Stein Schuhdienst	wieder geöffnet	Tel.: 08571 922803 (geschäftlich)
Passauer Straße 4	abgebrochenes Wohnhaus	Hiebl Harald	<i>abgebrochenes Wohnhaus</i>		Mitarbeiter bei der Stadt Simbach a. Inn

Passauer Straße 5	/	besteht nicht	Leerstand (früher Einzelhändler)		
Passauer Straße 6	/	besteht nicht	Leerstand		
Passauer Straße 8		Bräuer Werner	Wohnhaus, darüber steht: Schuhhaus Grünberger, jetzt Leerstand		
Passauer Straße 9		Andreas Lex			VR-Bank Simbach; Versicherungsberater; 08571-920584
Passauer Straße 10	Herr Mitterer	Stoiber Hans-Peter	H&M Plattenladen	Leerstand wegen Umzug in Münchner Straße 1	
Bachstraße 1		Johann Braumiller	Wohnhaus		Kontakt: Bachstraße 1; Simbach
Bachstraße 2	besteht nicht	besteht nicht	abgerissen alt		
Bachstraße 3	Braumiller	Braumiller	Bäckerei Braumiller	gerade im Wiederaufbau	
Bachstraße 5	abgerissen	Jan-Erik Braune	abgerissen		
Bachstraße 7		Harald Bader	Wohnhaus (leer stehend)		Kontakt: Ed b. Eggstetten 4, Simbach
Bachstraße 9		Mahmood Talat	Wohnhaus		Kontakt: Hintere Moosecker Straße 18, Simbach
Bachstraße 11		Alfred Jungbauer	Wohnhaus		Kontakt: Parkstraße 77; Haar
Bachstraße 17	/	Stadt Simbach a. Inn	Bürgerhaus Simbach am Inn	geöffnet	
Bachstraße 12 (nach Brücke)		Walter Wiszkocsill	Wohnhaus		Kontakt: Buchenstraße 4; Stubenberg
Bachstraße 14		Simon Fürst	Wohnhaus		Kontakt: Dammstraße 4; Gießen
Bachstraße 16		Kludia Johanna Höhenberger	Wohnhaus		Kontakt: Bachstraße 16; Simbach
Bachstraße 18 (Hausnummer fehlt)	ist Innstraße 41	Franz Penker	früher Wäscherei	geschlossen	

Interviewleitfaden

Allgemeiner Teil

1. Name
2. Art des Geschäfts
3. Adresse des Geschäfts
4. Eigentümer / Pächter (evtl. von mehreren Geschäften?)
5. Kontaktadresse (einschl. Handy und Email)

Situation vor dem Hochwasser / Hochwasser / derzeitige Situation / zukünftige Situation

6. Welche Probleme in Bezug auf den Einzelhandel in Simbach gab es schon vor dem Hochwasser? (eigenes Geschäft / Probleme allgemein z. B. Internethandel)
7. Welche Auswirkungen hatte das Hochwasser im Sommer 2016 auf Ihr Geschäft? (Geschäft bereits wiedereröffnet / noch nicht wiedereröffnet / woanders wiedereröffnet/Geschäftsaufgabe)
8. Welche Beeinträchtigungen gibt es heute noch?

Erreichbarkeit (Verkehr)

9. Wie schätzen Sie die Erreichbarkeit Ihres Geschäfts ein? (Autofahrer / Radfahrer / Fußgänger)
10. Welches Verkehrssystem bevorzugen Sie für Ihr Geschäft? (Verkehrsberuhigter Geschäftsbereich / Einbahnstraßensystem / bisherige Situation ...)
11. Welche Parkmöglichkeiten gibt es?

Nutzungsangebot

12. Gibt es Synergieeffekte von Nachbargrundstücken für Ihr Geschäft? (D.h. profitieren Sie möglicherweise von einer bestimmten Funktion, einer Nutzung auf einer Nachbarimmobilie, einem Nachbargrundstück?)
13. Sind Sie mit dem Zuschnitt/mit der Fläche Ihres Ladenlokals zufrieden? Würden Sie ggf. eine größere/kleinere Fläche bevorzugen?
14. Wie schätzen Sie das Nutzungsangebot in Simbach in Bezug auf den Einzelhandel ein? Fehlen bestimmte Branchen, sind welche überrepräsentiert?
15. Gibt es Nutzungsangebote in Bezug auf den Einzelhandel, die noch fehlen? (Nutzungsniischen)
16. Für welchen Bedarf fahren Sie / die Simbacher nach Braunau?
17. Für welchen Bedarf fahren Sie / die Simbacher weiter weg? (z. B. nach Salzburg / Passau / München)

Zukünftige Gestaltung Simbachs

18. Welche Nutzung für den ehemaligen Stadl (Kreuzung Passauer / Münchner Straße – Innstraße) bevorzugen Sie? (Restaurants / Cocktailbar / Betreutes Wohnen im 1. Stock...)

Antworten Interviewpartner nach Fragen

Frage 4: Eigentümer / Pächter

Interviewpartner	Eigentümer / Pächter
IP 1	Pächter
IP 2	Eigentümer
IP 3	Eigentümer
IP 4	Eigentümer
IP 5	Eigentümer
IP 6	Eigentümer
IP 7	Pächter
IP 8	Pächter
IP 9	Eigentümer
IP 10	Eigentümer
IP 11	Pächter
IP 12	Eigentümer
IP 13	Pächter
IP 14	Pächter
IP 15	Pächter
IP 16	Pächter
IP 17	Pächter
IP 18	Pächter
IP 19	Eigentümer
IP 20	Pächter
IP 21	Pächter
IP 22	Eigentümer
IP 23	Pächter
IP 24	Pächter
IP 25	Pächter
IP 26	Pächter
IP 27	Pächter

Frage 6: Welche Probleme in Bezug auf den Einzelhandel in Simbach gab es schon vor dem Hochwasser? (eigenes Geschäft / Probleme allgemein z. B. Internethandel)

- Parkplatzproblem
- Internethandel als Problem
- Internethandel kein Problem: Entweder Branche nicht betroffen, oder ländlicher Bereich generell nicht betroffen
- Auslagerung von Geschäften an den Stadtrand (z. B. Rennbahncenter)
- Leerstände
- Unattraktivität der Geschäfte

- Leute fahren in größere Städte
- Problem der (fehlenden) Nachfolge
- Keine Probleme

Interviewpartner	Probleme vor dem Hochwasser
IP 1	<ul style="list-style-type: none"> • Im Großen und Ganzen hat alles gepasst • Allgemeines Parkplatzproblem in Simbach • Internethandel ist generell ein großes Problem, unabhängig vom Hochwasser
IP 2	<ul style="list-style-type: none"> • „die Probleme sind entstanden mit der grünen Wiese, weil man alles ausgelagert hat“ (ZITAT) • macht den Stadtkern kaputt, dieses Problem stammt schon aus Zeiten unter Bürgermeister Findel • außerdem Parkplatzsituation großes Problem: „sowieso mit dieser Parkuhrensituation, brauch’ma gar nicht diskutieren, das ist sowieso Blödsinn“ (ZITAT) • Parker in der Innstraße werden gestraft; selbst in der Vorweihnachtszeit, wo in anderen Städten nicht mehr kontrolliert wird, hat es eine Kundschaft erwischt mit der Konsequenz, dass diese nie wieder im Innenstadtbereich einkaufen will • auch Internethandel ist großes Problem für kleine Geschäfte
IP 3	<ul style="list-style-type: none"> • keine Probleme, v.a. Internethandel spielt in dieser Branche nur am Rande eine Rolle • zum einen, da die Kunden ohnehin dazu neigen, wieder vor Ort einzukaufen • zum anderen, weil Räder im Internet zu bestellen wenig Sinn macht (Fahrräder sind nicht eingestellt, nicht einmal zusammengebaut etc.)
IP 4	<ul style="list-style-type: none"> • Schwierige Erreichbarkeit der Geschäfte, z.T. durch fehlende Parkplätze • Problematische Parkplatzsituation (es ist kein richtiger Stadtkern vorhanden)
IP 5	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Probleme
IP 6	<ul style="list-style-type: none"> • vor dem Hochwasser lief alles super • gestartet mit 50 Sitzplätze, immer mehr dazu gekauft • vorher war es ein Feinkostladen, jetzt eine Pizzeria • Einsparungen an der Infrastruktur sind mit Schuld am Hochwasser
IP 7	<ul style="list-style-type: none"> • Internethandel • Amazon bestimmt den Preis • Viele Menschen trauen sich nicht mehr selbständig zu werden, weil das Internet eine große Konkurrenz ist • Problem der Nachfolge / Geschäftsübernahme

IP 8	<ul style="list-style-type: none"> • allgemein gute Umsätze, sehr zufrieden damit, vor allem Österreicher, fahren rüber und kommen am Geschäft vorbei (Durchgangsverkehr sehr wichtig) • Matratzen Concord betreibt selber Internethandel
IP 9	<ul style="list-style-type: none"> • keine konkreten Probleme genannt • bereits 1999 gab es ein Hochwasser, aber kein Vergleich
IP 10	<ul style="list-style-type: none"> • viel Verkehr • wenig Laufkundschaft, aufgrund der Verkehrssituation • Parkplatzsituation, vor dem Laden darf nicht geparkt werden, da sonst Strafzettel • mehr kostenfreie Parkplätze wären wünschenswert
IP 11	<ul style="list-style-type: none"> • „Die Innenstadt ist immer mehr ausgestorben“ (ZITAT), v. a. durch die Auslagerung ins Rennbahncenter ist Kirchenplatz verwaist • Internetbuchungen: „Am Land ist die Welt noch in Ordnung“ (ZITAT), die Leute buchen die Reisen noch im Reisebüro, auch die jungen Leute wollen die persönliche Beratung
IP 12	<ul style="list-style-type: none"> • die Druckerei hatte vor dem Hochwasser keine Probleme • der Schreibwarenladen lief immer schlechter aufgrund von Konkurrenz durch Internet und Supermärkte • große Problematik insgesamt war die Parksituation, da vor dem Geschäft ein eingeschränktes Halteverbot herrscht(e)
IP 13	<ul style="list-style-type: none"> • Parkplatz – mehr kostenfreie Parkplätze • „man wird bestraft, wenn man in der Stadt einkauft“ – zu schnelle Strafzettelverteilung • Internet große Konkurrenz • vor ein paar Jahrzehnten wollten sich große Firmen in der Stadt ansiedeln, bspw. BMW wurde jedoch nicht gewährt – diese Einnahmen fehlen jetzt
IP 14	<ul style="list-style-type: none"> • keine Probleme • Kunden sind gekommen • Geschäft lief gut
IP 15	<ul style="list-style-type: none"> • „Ich würde nicht von Problemen reden, sondern vom Wandel der Zeit, es ist ganz klar, dass das Internet eine große Rolle spielt, nicht nur in Simbach, sondern generell und dass der Handel, wenn er sich dementsprechend was einfallen lässt, attraktiv sein muss und den Leuten es so bequem wie möglich machen muss, das zu finden, was sie brauchen oder haben möchten.“ (ZITAT) • Wenn die Geschäfte nicht mehr attraktiv sind – und davon gibt es einige in Simbach – haben die Leute keine Freude, zu kommen • Viele Geschäfte in Simbach investieren nicht in ihre Attraktivität • Wenn die Geschäfte attraktiv sind, kommen auch die Leute und

	<ul style="list-style-type: none"> • kaufen ein • Masche 31 verkauft nicht nur Wolle, sondern Kreativität, ein Erfolgserlebnis, mit dem Hintergedanken, Geschäft zu machen • Viele Leerstände in Simbach schon vor dem Hochwasser • Parkplatzproblem
IP 16	<ul style="list-style-type: none"> • Die gleichen Probleme wie in jeder anderen Kleinstadt: stationärer Handel hat wegen Internethandel Probleme, die Leute fahren weiter weg und kaufen nicht vor Ort ein • Einbußen durch Internethandel • 2009 war ein Bruch im Umsatz (Wirtschaftskrise)
IP 17	<ul style="list-style-type: none"> • Leute gehen in größere Zentren zum Einkaufen, „es ist generell schwierig in etwas kleineren Ortschaften“ (ZITAT) • Sonnenbrillen werden auch in Bekleidungsgeschäften angeboten • Internethandel ist nicht entscheidend • Leute lassen sich Augen lasern (speziell Problem für Optiker)
IP 18	<ul style="list-style-type: none"> • Kunden konnten nur sehr schwer ausparken • Jedoch: Geschäft war an markanter Stelle, bei viel Verkehr und längeren Wartezeiten konnten die vorbeifahrenden Leute in das Schaufenster schauen, daraus ergaben sich zahlreiche spontane Einkäufe
IP 19	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Probleme in der Filiale in der Maximilianstraße • Die Filiale in der Innstraße stand komplett unter Wasser, musste geschlossen werden, es ist Öl ausgelaufen
IP 20	<ul style="list-style-type: none"> • sie betreiben selbst keinen Internethandel, machen ein wenig Auslieferung, die meisten möchten selber kommen • ansonsten gab es keine Probleme
IP 21	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Probleme mit dem Internethandel, eigener Onlinehandel vorhanden • Keine Probleme beim Einzelhandel • Es war vorher nicht anders als nachher
IP 22	<ul style="list-style-type: none"> • es gab generell „immer weniger Einzelhandel“ (ZITAT), viele haben zugemacht aus Altersgründen und dann keine Nachfolge gefunden • Einkaufszentren mit Parkplatz ziehen Kunden aus der Innenstadt, in Simbach gibt es sogar zwei (Rennbahncenter und rund um den Rewe) • Internethandel ist kein großes Problem, weil es noch „auf dem Land“ ist und dort weniger Menschen im Internet kaufen
IP 23	<ul style="list-style-type: none"> • Schlechte Parkplatzsituation, wenig kostenfreie Parkplätze • Leute kaufen mehr im Internet ein, glauben auch Halbwahrheiten aus dem Internet • Viel konservatives Klientel
IP 24	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Probleme
IP 25	<ul style="list-style-type: none"> • Internethandel kein Problem, da viele Stammkunden

IP 26	<ul style="list-style-type: none"> Keine Probleme Internethandel spielt keine Rolle für die Reinigung, andere Geschäfte haben aber schon Probleme
IP 27	<ul style="list-style-type: none"> Viele Leerstände und fehlendes Angebot Z.T. auch Flüchtlingsproblematik: Innbrücke wurde gesperrt, die Österreicher konnten nicht mehr zum einkaufen kommen Es ist schwierig mit einem Geschäft auf dem Land, größere Städte werden viel mehr frequentiert

Frage 7: Welche Auswirkungen hatte das Hochwasser im Sommer 2016 auf Ihr Geschäft? (Geschäft bereits wiedereröffnet / noch nicht wiedereröffnet / woanders wiedereröffnet/Geschäftsaufgabe)

- Geschäft durchgehend geöffnet: 5 Innstraße, 8 Maximilianstraße
- Geschäft wiedereröffnet:
- Geschäft woanders wiedereröffnet
- Geschäftsaufgabe

Andere Auswirkungen

- Umsatzeinbußen
- Keine Kundschaft aufgrund der Vollsperrung

Interviewpartner	Auswirkungen des Hochwassers
IP 1	<ul style="list-style-type: none"> Große Auswirkungen Vom Hochwasser war nur das Lager betroffen Bis September / Oktober Vollsperrung in Simbach, es konnten keine Kunden kommen Bis Anfang 2017 konnten auch die österreichischen Kunden aus Braunau nicht kommen (Sperrung an der österreichischen Grenze) Geschäft war durchgehend geöffnet Es gab kein Wasser / Strom, es war kein Fuhrpark / Werkzeug da (war alles im Lager)
IP 2	<ul style="list-style-type: none"> das Geschäft ist nicht vollgelaufen, „Bordsteinkante die war der Retter“ (ZITAT) nur der Keller ist betroffen, hier waren einige Produkte (v.a. Weihnachtsware seiner Mutter) gelagert somit „nur“ 7000-8000€ Schaden und damit auch keine staatliche Hilfe (gibt es erst ab 10 000€) dennoch natürlich großer Umsatzausfall, da Stadt ja lange abgesperrt war: „Vom Ausfall vom Umsatz her und dem Ding brauchen wir gar nicht diskutieren“ (ZITAT) UP hatte jedoch durchgehend geöffnet, um ein Zeichen zu

	<p>setzen, da von überall dann ja auch zu hören war, in Simbach sei eh nichts mehr los</p>
IP 3	<ul style="list-style-type: none"> • „wir haben 10 Monate zua g'habt durch des Hochwasser, also auch 10 Monate kein Einkommen“ (ZITAT) • erst vor 3 Monaten wiedereröffnet • komplett renoviert und neu eingerichtet
IP 4	<ul style="list-style-type: none"> • Fehlender Strom und Straßensperre, deshalb keine Kunden • Das Geschäft war aber selbst nicht direkt betroffen, durch gehend geöffnet • Dreimonatige Sperrung der Innstraße • Bis in den Herbst waren die Auswirkungen des Hochwassers spürbar (keine Kunden) • Kritik: wenig Unterstützung der Stadt
IP 5	<ul style="list-style-type: none"> • „total vernichtet“ (ZITAT) • „am 1.Juni, am Jahrestag“ (ZITAT) wurde wiedereröffnet
IP 6	<ul style="list-style-type: none"> • das ist das dritte Hochwasser für IP • Bei IP ist nicht so viel passiert, aber die Handwerker halten auf und schwierige Verhandlungen mit der Versicherung (andere Geschäfte haben schon viel länger wieder geöffnet)
IP 7	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäft war durchgehend geöffnet • Zwei Monate keine Kundschaft (Juni und Juli) aufgrund der Vollsperrung
IP 8	<ul style="list-style-type: none"> • das Geschäft hat an gleicher Stelle wiedereröffnet, allerdings ist die Kundschaft noch nicht wieder so vorhanden wie vor dem Hochwasser, auch, weil die Menschen im Moment ihr Geld für etwas anderes ausgeben • Kunden kommen schon, kaufen allerdings nicht so hochwertig, da jeder sparen muss • IP kann weitere Probleme schwer beurteilen, weil sie selbst erst in der Einarbeitungsphase ist • Österreichische Kunden gibt es nach wie vor, aber ein bisschen weniger • „Der Österreicher kommt immer noch gerne“
IP 9	<ul style="list-style-type: none"> • „gravierende Auswirkungen, der gesamte Geschäftsbetrieb ist quasi stillgestanden, sag ich jetzt mal“ (ZITAT) • das Geschäft war circa 7 Monate geschlossen und wurde erst vor 8 Wochen wiedereröffnet
IP 10	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäft bereits wiedereröffnet
IP 11	<ul style="list-style-type: none"> • Ab 01.06. war das Reisebüro „wie zugesperrt“ (ZITAT) • Laden hätte rein theoretisch gleich wiedereröffnet werden können, aufgrund der Vollsperrung aber kein Geschäft • Hoher Umsatzverlust • Einziges Geschäft in der Innstraße, das innen kein Wasser

	<p>hatte, nur der Keller ist vollgelaufen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Frau Reuter hat den anderen Leuten geholfen, war ein Ansprechpartner in der Not • Ab August / September Normalisierung
IP 12	<ul style="list-style-type: none"> • Das Schreibwarengeschäft wird nicht wiedereröffnet
IP 13	<ul style="list-style-type: none"> • ursprüngliches Geschäft von der Flut betroffen, anderes Geschäft angemietet • einer der ersten Einzelhändler, die in Simbach nach der Flut wiedereröffnet haben • Nische, daher keine Konkurrenz, kein enormer Einbruch der Einnahmen
IP 14	<ul style="list-style-type: none"> • seit März 2017 wiedereröffnet
IP 15	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht unmittelbar betroffen • Durch Vollsperrung und Polizeieinsatz kein Geschäft • Polizei und Feuerwehr haben den Leuten gesagt, dass es keine Geschäfte in Simbach gibt, in denen man einkaufen kann (Viele Geschäfte, die nicht unmittelbar betroffen waren, hatten aber tatsächlich geöffnet) • Es hat etwa drei Monate gedauert, bis sich die Situation normalisiert hat
IP 16	<ul style="list-style-type: none"> • Nur kurzfristig negative Auswirkungen, weil sich die Kunden verringert haben • Durchgehend geöffnet
IP 17	<ul style="list-style-type: none"> • Selbst nicht vom Hochwasser betroffen, durchgehend geöffnet • An dem einen Tag kein Strom, „Chaos pur“ (ZITAT) • Grenze nach Österreich war zu, Österreicher konnten nicht mehr kommen • Bedürftige Hochwasseropfer konnten sich kostenlos neue Brillenfassungen holen
IP 18	<ul style="list-style-type: none"> • Nach dem Hochwasser arbeitslos • Schließung des Geschäfts in der Innstraße • Wiedereröffnung des Geschäfts in der Maximilianstraße • In der Maximilianstraße ist die Parksituation besser, jedoch dafür weniger Laufkundschaft • In der Maximilianstraße gibt es ringsum zahlreiche andere kleine Geschäfte, daher gut Frequentierung
IP 19	<ul style="list-style-type: none"> • Filiale in der Innstraße wurde geschlossen • Im Keller in der Maximilianstraße war auch Wasser, war aber nicht so problematisch, Betrieb konnte weiterlaufen
IP 20	<ul style="list-style-type: none"> • Durchgehend geöffnet • in den ersten zwei Monaten war es ruhiger, auch, da viele nicht mit dem Auto in die Stadt hineinkamen wegen der Vollsperrung • <i>„Die Polizei hat zu den Menschen teilweise gesagt, sie sollen</i>

	<p><i>woanders hinfahren zum Einkaufen“ (ZITAT)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> durch die Straßensperre wurden Gaffer, aber auch Kunden ferngehalten
IP 21	<ul style="list-style-type: none"> durchgehend geöffnet Nur Stromausfall, sonst keine Auswirkungen Weniger Kundschaft in der ersten Zeit (Vollsperrung)
IP 22	<ul style="list-style-type: none"> Durchgehend geöffnet Stromausfall, Keller vollgelaufen (das war aber unwichtig bzw. unproblematisch) „Jeden Tag kamen die Leute rein und haben ihre Lebens- und Leidensgeschichte erzählt. Dann hat man das Ausmaß erst begriffen.“ (ZITAT)
IP 23	<ul style="list-style-type: none"> Indirekt betroffen: Das Lager etwas beschädigt, kein Wasser/Strom/Telefon Es war durchgehend geöffnet
IP 24	<ul style="list-style-type: none"> Geschäft am Kirchenplatz wiedereröffnet, zuvor Innstraße
IP 25	<ul style="list-style-type: none"> Durchgehend geöffnet Viele Leute haben auf einen Schlag alles verloren, ihre Reisen mussten storniert werden => Hohe Umsatzverluste
IP 26	<ul style="list-style-type: none"> Das Geschäft in der Innstraße war sehr stark vom Hochwasser betroffen, woanders wiedereröffnet Ein Monat hat es gedauert, bis alles aufgeräumt und gereinigt war „Wir haben uns gedacht, wir müssen aber irgendwie weiter machen“ (ZITAT) Geschäft zieht wieder in die Innstraße, wenn das Geschäft vollständig renoviert ist
IP 27	<ul style="list-style-type: none"> Niemand traute sich mehr, in die Innenstadt zu fahren, Simbacher fährt lieber auswärts „Simbach hat nichts mehr, hier brauche ich auch nicht mehr hinfahren“ (ZITAT) Plötzlich waren es mehr Kunden von außerorts – „Ihr braucht uns jetzt“ (ZITAT) Es war durchgehend geöffnet, dass die Leute ganz bewusst zum Reden kommen können

Frage 8: Welche Beeinträchtigungen gibt es heute noch?

- Keine Beeinträchtigungen
- Kunden sind sparsam
- Weniger Kunden als vorher

- Simbach ist unattraktiv, viele Leerstände
- Zu wenige Parkplätze

Interviewpartner	Beeinträchtigungen heute
IP 1	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäft läuft schleppend • Seit etwa drei Monaten kommen die Leute langsam wieder, aber kein Vergleich zu vorher • Problem: Simbach ist im Moment sehr unattraktiv, viele Leerstände, „es geht einfach nichts weiter“ (ZITAT) • „Es müssen einfach wieder attraktive Geschäfte rein, es muss wieder Leben in der Stadt sein“ (ZITAT)
IP 2	<ul style="list-style-type: none"> • Kauflaune ist noch nicht wiederhergestellt und „die Leute sparen einfach noch, man merkt’s“ (ZITAT) • eher braucht man dann neuen Putz etc., aber Uhren, Schmuck und Optik ist in so einer Situation nicht das erste, was die Leute dann kaufen • aber es gibt auch „schöne Geschichten“ (ZITAT): (...)„die Simbacher unterstützen ja scho a bissl die Simbacher (ZITAT)
IP 3	<ul style="list-style-type: none"> • „der Verkehr, die ganzen Baustellen, die ganzen Baufirmen, die einfach noch unterwegs sind... Parkplatzmangel... eigentlich alles, ich mein, die ganze Infrastruktur passt noch nicht wieder“ (ZITAT)
IP 4	<ul style="list-style-type: none"> • Fehlende Parkplätze • Starker Zerstreungsgrad durch fehlende Geschäfte und fehlenden Stadtplatz
IP 5	<ul style="list-style-type: none"> • „eigentlich keine mehr, wir sind sehr zufrieden, unsere Kunden sind alle wieder da“ (ZITAT)
IP 6	<ul style="list-style-type: none"> • Abgesehen von den Schwierigkeiten mit der Versicherung gibt es keine großen Schwierigkeiten mehr • Hofft, dass das Geschäft bald wieder gut läuft
IP 7	<ul style="list-style-type: none"> • Momentan ist es wieder wie vor dem Hochwasser • „Leute sollen gezielt wieder kommen“, damit der regionale Einzelhandel wieder gefördert wird • Konsumverhalten der Leute müsste sich ändern, sie gehen nur mehr in Outlets
IP 8	<ul style="list-style-type: none"> • Kundschaft noch nicht wieder so vorhanden wie vor dem Hochwasser, auch, weil die Menschen im Moment ihr Geld für etwas anderes ausgeben • Kunden kommen schon, kaufen allerdings nicht so hochwertig, da jeder sparen muss • Österreichische Kunden gibt es nach wie vor, aber ein bisschen weniger • „Der Österreicher kommt immer noch gerne“

<p>IP 9</p>	<ul style="list-style-type: none"> • „das frühere Stadion ist noch nicht erreicht, das dauert natürlich noch“ (ZITAT) • „weil irgendwie haben sich die Dinge doch verändert, sag ich jetzt mal“ (ZITAT) • frühere Umsatz-/Absatzzahlen noch nicht wieder erreicht, wird man eventuell nie mehr erreichen, da sich Vieles verändert hat in Simbach und persönlich gesehen
<p>IP 10</p>	<ul style="list-style-type: none"> • österreichische Kunden, die vor der Flut viel in dem Geschäft eingekauft haben, werden weniger • Leute wollen nicht weit gehen, deshalb Parkplätze am besten vor dem Geschäft • Laufkundschaft ist wichtig • Verkaufszahl vor und auch der Flut kein großer Unterschied • „Man kann zufrieden sein“ (ZITAT)
<p>IP 11</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einige österreichische Kunden haben sich Alternativen in Österreich gesucht und sind dann bei diesen geblieben • Es fehlt Laufkundschaft in der Innstraße, vorher gab es mehr Geschäft in der Innstraße mit mehr flanierenden Leuten
<p>IP 12</p>	<ul style="list-style-type: none"> • keine Beeinträchtigungen
<p>IP 13</p>	<ul style="list-style-type: none"> • da neues Geschäft vorhanden und eingerichtet, kommen die Kunden • Jugend perspektivlos zieht weg
<p>IP 14</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kunden wissen teilweise nicht, dass das Geschäft wieder geöffnet hat • wenn Fassade fertig, dann wieder Kunden
<p>IP 15</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Parksituation hat sich verändert, es gibt nicht mehr so viele Parkplätze: Schlechte Voraussetzung, um Laufkundschaft zu generieren • Leute, die früher nach Simbach reingefahren wären, fahren nicht mehr rein, weil man so schlecht parken kann • Sehr viele Leerstände, geringe Attraktivität
<p>IP 16</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Keine großen Beeinträchtigungen
<p>IP 17</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Leute kommen ins Geschäft, um zu reden (Ansprechpartner) • Leute sind sparsam
<p>IP 18</p>	<ul style="list-style-type: none"> • „Es wird jetzt besser...schön langsam“ (ZITAT) • Viele Kunden fühlten sich in Simbach noch nicht wohl, weil alles noch so traurig aussah • Viele Kunden blieben auch aus, weil sie dachten, dass die Simbacher eine Erholungsphase brauchen • Momentan aber wieder zufrieden

IP 19	<ul style="list-style-type: none"> • Eine Filiale weniger (Innstraße), „dadurch, dass es nur eine kleine Filiale war, hat es uns nicht so wehgetan“ (ZITAT) • „Wir haben keinen großen Verlust gehabt“ (ZITAT) • Es gibt aber viele Stammkunden, die jetzt in die Maximilianstraße kommen • Für viele ältere Leute ist der Weg in die Maximilianstraße aber zu weit
IP 20	<ul style="list-style-type: none"> • keine Probleme, es ist wieder so gut wie vor dem Hochwasser • Essen wird immer gebraucht, und die Kunden, die kommen, legen Wert auf Qualität, „am Essen und Trinken spart man halt nicht“ (ZITAT) • Probleme haben eher Geschäfte mit Kleidung und Luxusgütern wie Juweliers
IP 21	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Beeinträchtigungen • Hohe Konkurrenzsituation in Simbach
IP 22	<ul style="list-style-type: none"> • Keine
IP 23	<ul style="list-style-type: none"> • Keine
IP 24	<ul style="list-style-type: none"> • Die Leute haben „nichts zu lachen“ (ZITAT), sind immer noch „traurig“ • Es fühlt sich noch alles fremd an, noch nicht zu Hause
IP 25	<ul style="list-style-type: none"> • Auch heute müssen die Leute noch sparen, so günstig wie möglich • Leute haben noch Anderes im Kopf • Simbach bis heute eine „Wüstenstadt“ (ZITAT) • ABER: „Man merkt, dass die Situation und Stimmung in Simbach schon besser ist“ (ZITAT)
IP 26	<ul style="list-style-type: none"> • Das Geschäft ist eine vorübergehende provisorische Annahmestelle • Weniger Verdienst • Viele Leute wissen nicht, dass das Geschäft umgezogen ist, weniger Kundschaft • Aber die Leute „werden wieder mehr, es dauert seine Zeit“ (ZITAT)
IP 27	<ul style="list-style-type: none"> • Die Leute sparen mehr, können sich viele Dinge oft nicht mehr leisten

Frage 9: Wie schätzen Sie die Erreichbarkeit Ihres Geschäfts ein? (Autofahrer / Radfahrer / Fußgänger)

- Erreichbarkeit gut:
- Erreichbarkeit schlecht (wenig oder gar keine Parkplätze vorhanden)

Interviewpartner	Erreichbarkeit des Geschäfts
IP 1	<ul style="list-style-type: none"> • Erreichbarkeit und Lage optimal • Geschäft ist ein Blickfang und gut sichtbar
IP 2	<ul style="list-style-type: none"> • „Also die Infrastruktur wär' gut, wenn man wie gesagt die Parkuhren weglassen würde“ (ZITAT) • stattdessen Parkscheibe
IP 3	<ul style="list-style-type: none"> • „unsere Lage ist sehr gut“ (ZITAT) • sehr gute Erreichbarkeit für Radfahrer, Fußgänger und Autofahrer
IP 4	<ul style="list-style-type: none"> • Grundsätzliche gute Erreichbarkeit mit Auto/Rad/zu Fuß • Auch Braunauer zählen zum Kundenstamm • ABER: schwierige Parkplatzsituation
IP 5	<ul style="list-style-type: none"> • „ja, wir sind halt nicht an einer Laufstraße, wir haben halt nur Stammkunden“ (ZITAT) • theoretisch aber gut erreichbar, auch für Radfahrer, auch Parkplätze gibt es
IP 6	<ul style="list-style-type: none"> • Es passt alles, sehr gute Erreichbarkeit
IP 7	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Probleme für Autofahrer/ Radfahrer/ Fußgänger • Leute haben die Gewohnheit nah zu parken, die Bachstraße ist vom Gefühl her schon zu weit weg
IP 8	<ul style="list-style-type: none"> • das Geschäft ist mit dem Auto gut erreichbar, und damit kommen auch die meisten Kunden, es gibt aber auch einige Spaziergänger als Kunden (Bewohner der Umgebung), für diese auch kostenlose Lieferung möglich • Autofahrer kommen oft mit dem Gedanken, dass sie etwas kaufen
IP 9	<ul style="list-style-type: none"> • Gut
IP 10	<ul style="list-style-type: none"> • Schwierig • Parkplätze fehlen in Simbach, vor dem Geschäft, daher für Autofahrer zumeist unattraktiv • auch als Verkäufer ist es schwierig einen kostenfreien Parkplatz in Simbach zu finden
IP 11	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht so gut erreichbar für Autofahrer, da sie nicht vor der Tür parken können
IP 12	<ul style="list-style-type: none"> • „für Fußgänger und Radfahrer mit Sicherheit schlechter“ (ZITAT) • Autofahrer haben das Problem der fehlenden Parkplätze
IP 13	<ul style="list-style-type: none"> • schöne Parkplätze werden neben dem Geschäft errichtet • Geschäft sichtbarer, große Schaufenster

IP 14	<ul style="list-style-type: none"> • gut, Parkplätze sind genug vorhanden
IP 15	<ul style="list-style-type: none"> • Leute wollen direkt vor dem Geschäft parken, zu wenige Parkplätze
IP 16	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr gute Erreichbarkeit • Ein Kundenparkplatz ist vorhanden
IP 17	<ul style="list-style-type: none"> • Erreichbarkeit gut
IP 18	<ul style="list-style-type: none"> • In der Innstraße waren die Bürgersteige sehr schmal, Kunden konnten nicht flanieren, in der Maximilianstraße kann man dies schon tun • Parkmöglichkeiten in der Maximilianstraße sehr gut
IP 19	<ul style="list-style-type: none"> • Erreichbarkeit generell gut, Stammkunden wissen wo das Geschäft ist • Filiale in der Maximilianstraße auch für die Leute, die normalerweise in die Innstraße gekommen wären, gut erreichbar
IP 20	<ul style="list-style-type: none"> • gute Erreichbarkeit • Nähe zum Bahnhof ist vorteilhaft
IP 21	<ul style="list-style-type: none"> • Gut • Eigener Radweg gewünscht, Innstraße viel zu gefährlich für Radfahrer
IP 22	<ul style="list-style-type: none"> • gut, da es keine verkehrsberuhigte Zone ist, Parkplatz ist auf dem eigenen Grundstück vorhanden (die Stadt wollte, dass auf diesem Gelände ein Haus gebaut wird, konnte aber überzeugt werden, dass ein Parkplatz sinnvoller ist)
IP 23	<ul style="list-style-type: none"> • Gute Erreichbarkeit
IP 24	<ul style="list-style-type: none"> • Für alle gut erreichbar, v. a. für Fußgänger
IP 25	<ul style="list-style-type: none"> • Gut
IP 26	<ul style="list-style-type: none"> • Erreichbarkeit des Geschäfts in der Innstraße sehr gut für Autofahrer / Radfahrer / Fußgänger
IP 27	<ul style="list-style-type: none"> • Die Lage ist super, man kann das Geschäft von allen Seiten sehr gut erreichen

Frage 10: Welches Verkehrssystem bevorzugen Sie für Ihr Geschäft? (Verkehrsberuhigter Geschäftsbereich / Einbahnstraßensystem / bisherige Situation ...)

(Mehrfachnennungen möglich)

- Bisherige Verkehrssituation
- Verkehrsberuhigter Geschäftsbereich
- Einbahnstraßensystem

Interviewpartner	Bevorzugtes Verkehrssystem
IP 1	<ul style="list-style-type: none"> • Bisherige Situation wäre am besten für das Geschäft • Ein Geschäft kann nicht nur von Weiterempfehlungen leben, auch der Durchgangsverkehr mit Leuten, die spontan vorbeikommen ist wichtig • Verkehrsberuhigter Geschäftsbereich: „Man siehst in jeder Stadt, wo ein verkehrsberuhigter Bereich gemacht wurde, die kleinen Geschäfte gehen alle unter“ (ZITAT) • „Verkehrsberuhigt treibt die Leute raus, die Stadt stirbt aus“ (ZITAT) • „Des bisserl was jetzt noch da ist [Einzelhandel], geht dann auch weg“ (ZITAT)
IP 2	<ul style="list-style-type: none"> • bevorzugt wird ein verkehrsberuhigter Bereich, also Tempo 30 in der ganzen Innenstadt • gegen das Einbahnstraßensystem spricht, dass man die Braunauer so nicht mehr in die Stadt bringt • außerdem entstehen neue Gefahrenbereiche, wenn man die Bachstraße plötzlich zur Hauptverkehrsstraße macht • so z.B. der Lindenberg, an dem sich drei Schulen befinden • eine vorstellbare Lösung wäre auch, in der Innstraße erst weiter hinten eine Einbahnstraße zu generieren, die dann in verschiedene Richtungen in andere Straßen abzweigt, die ebenfalls als Einbahnstraße geführt werden sollen • Kreisverkehre wären auch eine gute Lösung
IP 3	<ul style="list-style-type: none"> • „Also in der Lage, wo wir jetzt sind, so beibehalten! Also auf keinen Fall eine Einbahnstraße, weil das wär für uns das aller, aller Schlimmste.“ (ZITAT) • „Wir leben einfach von denen, die vorbeifahren und die uns auch zufällig sehen, sag ich jetzt mal.“ (ZITAT) • „Wir sind nicht dafür, dass man das ändert“ (ZITAT) • dass dadurch viel Verkehr ist, ist nun mal so, das ist ja auch in anderen Orten so • Richtung Dorfplatz/Kirchenplatz ist es evtl. sinnvoll, verkehrsberuhigte Bereiche einzuführen, um wieder mehr Leben nach Simbach zu bringen, aber die gesamte Innstraße als Einbahnstraße zu machen, wird abgelehnt
IP 4	<ul style="list-style-type: none"> • grundsätzlich ist das Verkehrssystem in Ordnung • eine Einbahnstraße ist nicht gewünscht (dann fahren nicht so viele potenzielle Kunden vorbei)
IP 5	<ul style="list-style-type: none"> • „ich will, dass es so bleibt, ich bin gegen eine Einbahnstraße“ (ZITAT)

	<ul style="list-style-type: none"> • „man kann die Innstraße nicht einfach ausklammern, abschließen, sonst kommt ja keiner mehr, wenn der Verkehr komplett außen rum geleitet wird, wenn die irgendwo parken müssen“ (ZITAT) • nur mit Durchgangsverkehr kommen Leute evtl. auch spontan vorbei, aber wenn die irgendwo anders parken müssen etc., kommt keiner mehr
IP 6	<ul style="list-style-type: none"> • Innstraße als Einbahnstraße • Bürgersteige sollen wegfallen (größere Außenfläche für das Restaurant)
IP 7	<ul style="list-style-type: none"> • Bisherige Situation bevorzugt • Keine Einbahnstraße: „Gewusel wurad mehra“ • Einbahnstraße ist zu kompliziert • Simbach ist eine auseinandergerissene Stadt, es gibt keinen einheitlichen Stadtkern • Man kann Simbach aber nicht komplett umplanen • Verkehrsberuhigter Geschäftsbereich: „Wenn oana herkomma mag, dann kommt er eh her“, aber wenn nicht mehr so viele Leute durch die Innstraße fahren, gibt es keine Laufkundschaft mehr • Gerade zu Ferienbeginn und an Feiertagen herrscht in der Innstraße viel Verkehr, der gut fürs Geschäft ist
IP 8	<ul style="list-style-type: none"> • Einbahnregelung für das Geschäft nicht sinnvoll, da die Kunden aus Österreich, die relativ spontan kaufen, nicht mehr vorbeifahren würden; Kunden werden ausgegrenzt, das Geschäft und die ganze Innstraße würde ausbluten • es gibt generell Schwierigkeiten, die Läden in diesem Gebiet (Innstraße) zu vermieten • Simbach ist Fr. Hubers Meinung nach auch keine Stadt für eine verkehrsberuhigte Zone, um die Kirche herum gibt es ja schon die beruhigte Zone • es sollte so bleiben, wie es ist, allerdings mit deutlich weniger Leerstand, „mehr Leben, mehr Geschäfte“ (ZITAT)
IP 9	<ul style="list-style-type: none"> • „Es soll an und für sich so bleiben, wie's ist“ (ZITAT) • Einbahnstraßensystem erzeugt doch noch mehr Verkehr • „Es ist eine Belastung, wenn irgendwie dauernd baulich was verändert wird“ (ZITAT) • Grünraum und Brückenführung soll ja auch schon verändert werden, jetzt noch mehr umbauen ist nicht sinnvoll • persönlich und auch geschäftlich gesehen ist das bisherige System in Ordnung
IP 10	<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsberuhigter Geschäftsbereich: gute Anbindung zum Geschäft, siehe Braunau und Mühldorf • evtl. auch Einbahnstraße, kommt darauf an in welche Richtung • bisherige Situation: schlecht, da Leute nur durchfahren, Geschäfte nicht wahrnehmen
IP 11	<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsberuhigter Geschäftsbereich mit Parkplätzen • Einbahnstraße mit Parkplätzen wäre auch gut

	<ul style="list-style-type: none"> Keine Fußgängerzone
IP 12	<ul style="list-style-type: none"> „dass die Verkehrsführung wieder anders wird, dass man da auch mal parken kann oben vor den Geschäften, ohne dass man da gleich gestraft wird“ (ZITAT) Einbahnstraßensystem wird bevorzugt! dann würde sich eventuell auch Parksituation verbessern „die Innstraße ist in der Zwischenzeit eine Hauptverkehrsstraße geworden, Braunau, Simbach, hin und her, da kannst du ja gar nicht mehr über die Straße übergehen“ (ZITAT) dies würde durch ein Einbahnstraßensystem mit Längsparkern an der Seite verbessert werden
IP 13	<ul style="list-style-type: none"> je mehr Zwang man den Käufern antut bspw. durch Einbahnstraßensystem, desto negativer ist dies für die Einzelhändler bisherige Situation hat sich bewährt
IP 14	<ul style="list-style-type: none"> so wie bisher ist in Ordnung und weiterhin wünschenswert
IP 15	<ul style="list-style-type: none"> Verkehrsberuhigter Bereich wäre von Vorteil „Für uns wäre es von großem Vorteil, wenn eine belebte Innenstadt mit beruhigter Verkehrsregelung da wäre“ (ZITAT) Bei der jetzigen Verkehrssituation fahren viele Leute sehr schnell durch die Innstraße, es ist viel zu gefährlich
IP 16	<ul style="list-style-type: none"> Das Verkehrssystem ist für das Geschäft egal, eine Einbahnstraße könnte aber für andere problematisch werden „Simbach ist eine Autofahrerstadt, aber schlichtweg nicht schön“ (ZITAT) Eine Verkehrsänderung ist für Simbach notwendig, ein verkehrsberuhigter Bereich wäre sinnvoll Für Radfahrer ist Simbach eine Katastrophe Es sind wenig Leute zu Fuß unterwegs in der Stadt
IP 17	<ul style="list-style-type: none"> Verkehrsberuhigter Bereich in der Innstraße wäre gut
IP 18	<ul style="list-style-type: none"> Verkehrsberuhigter Geschäftsbereich (30er Zone) wäre wünschenswert: Leute können flanieren, es ist nicht so gefährlich für Radfahrer Keine Einbahnstraße (Einbahnstraße gab es früher schon einmal, als die Turnhalle der Realschule gebaut wurde): Einbahnstraße war jedoch schlecht fürs Geschäft „Der Weg den man mehr zurücklegen muss, ist für den Kunden zu viel“ (ZITAT)
IP 19	<ul style="list-style-type: none"> Keine Einbahnstraße Die ehemalige Filiale in der Innstraße wurde nicht wiedereröffnet, „weil es uns einfach zu gefährlich war“ (ZITAT), eine Einbahnstraße würde zu viele Kunden aus Braunau wegnehmen, die spontan vorbeikommen „Das war für uns ein Grund, falls das wirklich kommen würde [Einbahnstraße], dann müssten wir in zwei Jahren die Filiale schließen, weil da keiner mehr kommt, weil die meisten

	<p><i>spontan vorbeikommen“ (ZITAT)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bisherige Situation in der Innstraße wäre am besten
IP 20	<ul style="list-style-type: none"> • Ein verkehrsberuhigter Bereich in der Innstraße wäre nicht schlecht, da es dort keine Parkplätze und Probleme für Fußgänger gibt (mit Kindern ist es schwierig) • Einbahnstraßenregelung wäre nicht schlecht, aber: „ich hab da leicht Reden, ich habe ja kein Geschäft da unten“, allerdings ist dabei die sogenannte „Rialtostraße“ ein Problem, da Busse und Lastwagen dort nicht hinüber kommen
IP 21	<ul style="list-style-type: none"> • Einbahnstraße bevorzugt, wenn zusätzliche Parkplätze in der Innstraße geschaffen werden • Verkehrsberuhigter Geschäftsbereich wäre auch gut, die Radfahrer wären auch sicherer unterwegs
IP 22	<ul style="list-style-type: none"> • eine Fußgängerzone wäre nicht gut, da die Parksituation dann verschlechtert wird und es den Leuten dann zu aufwendig ist, zu den Geschäften zu kommen • „Das Einbahnstraßensystem fände ich am besten“ (ZITAT) • so wie es jetzt ist, ist es nicht gut, da es eine Hauptverkehrsstraße ist, die sehr stark befahren ist, aber gleichzeitig sehr eng, sodass man langsam fahren muss und häufig steht
IP 23	<ul style="list-style-type: none"> • „Die Radfahrer sind arm dran in Simbach“ (ZITAT) • Es wurde in der Innstraße auf Tempo 30 beschränkt, aber bisher noch nie kontrolliert • Den Verkehr entschärfen, indem man ihn um die Innenstadt umleitet, keinen Schwerverkehr mehr in die Innenstadt reinlassen • Gehwege sind auch schwierig, weil Absenkungen fehlen (für Kunden, die oft ein Handicap haben)
IP 24	<ul style="list-style-type: none"> • Egal, aber keine Einbahnstraße
IP 25	<ul style="list-style-type: none"> • bisherige Situation wäre am besten
IP 26	<ul style="list-style-type: none"> • Einbahnstraßensystem wird bevorzugt, aber nicht bis zur Bäckerei Braumiller, sondern nur für ein kurzes Stück, damit die enge Kurve beim Casino entlastet wird • Jetzige Straßensituation für Radfahrer zu gefährlich, eigene Spur für Radfahrer wäre sinnvoll • „Eine eigene Spur für die Radfahrer hätte sowieso gemacht werden müssen, auch wenn nichts passiert wäre“ (ZITAT)
IP 27	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Einbahnstraße! Dafür sind zu wenig Geschäfte da, es müsste viel mehr los sein • „Grundsätzlich gibt es nichts, was gegen einen verkehrsberuhigten Bereich spricht“ (ZITAT)

Frage 11: Welche Parkmöglichkeiten gibt es? Sind Sie damit zufrieden?

- Ausreichend (eigene bzw. kostenfreie) Parkplätze vorhanden
- Zu wenig (eigene bzw. kostenfreie) Parkplätze vorhanden

Interviewpartner	Parkmöglichkeiten
IP 1	<ul style="list-style-type: none"> • Es wurden mal Parkplätze angemietet, zurzeit jedoch nicht (Können nicht mehr angemietet werden) • Eigene Parkplätze wären jedoch gewünscht
IP 2	<ul style="list-style-type: none"> • fünf Parkplätze angemietet für Kunden
IP 3	<ul style="list-style-type: none"> • sechs eigene Parkplätze direkt am Haus, aus diesem Grund keine Probleme
IP 4	<ul style="list-style-type: none"> • schwierige Parksituation • Längsparker kein Problem • wenige Parkmöglichkeiten in direkter Umgebung vorhanden • IDEE: freie Fläche hinter „La Rustica“ als Parkplatz für 40-50 Autos umbauen, die Stadt soll sich darum kümmern (momentan ist diese Fläche brach und gesperrt)
IP 5	<ul style="list-style-type: none"> • gibt es im Hof
IP 6	<ul style="list-style-type: none"> • Längsparker sind kein Problem • viele freie Parkplätze gibt es (wegen fehlender Geschäfte)
IP 7	<ul style="list-style-type: none"> • Parkmöglichkeiten in Simbach müssten besser ausgeschildert werden • Mehr kostenlose Parkmöglichkeiten wären gut • Münzautomaten sind kompliziert, da viele Leute oft kein Kleingeld dabei haben
IP 8	<ul style="list-style-type: none"> • Parkplätze direkt vor der Tür, auch in der Einfahrt kann zum Beladen geparkt werden (vom Hauseigentümer erlaubt)
IP 9	<ul style="list-style-type: none"> • „ich find's in Ordnung, es soll so bleiben wie das ist, ich find das optimal“ (ZITAT) • Längsparker sind kein Problem
IP 10	<ul style="list-style-type: none"> • gut, da die Käufer eigentlich nur vom Auto rausfallen müssen und dann im Geschäft sind • kostenfreie Längsparkmöglichkeiten auch im nördlichen Teil der Innstraße gewünscht
IP 11	<ul style="list-style-type: none"> • Hinter dem Haus gibt es Parkplätze, aber davor gibt es keine: „Leute wollen so bequem wie möglich nah mit dem Auto parken“ (ZITAT) • Nur drei eigene Parkplätze, jedoch werden diese von den Mitarbeitern benötigt, deshalb eigentlich keine eigenen Parkplätze

	<ul style="list-style-type: none"> • Am Kirchenplatz gäbe es Parkplätze, jedoch wollen die Leute selbst den kurzen Weg nicht laufen • Mehr Parkplätze in der Innstraße schaffen durch Verkehrsberuhigung oder Einbahnstraße
IP 12	<ul style="list-style-type: none"> • „eine große Problematik ist die Parkplatzsituation oben vor dem Ladengeschäft“ (ZITAT) • eigentlich genügend, jedoch sind die Leute sehr „gefaul“, entweder es gibt einen Parkplatz direkt vor dem Geschäft oder die Leute gehen nicht in das Geschäft • und hier ist eben das Problem des Halteverbots
IP 13	<ul style="list-style-type: none"> • Längsparker sind kein Problem • keine Parkplätze zu haben ist ein Problem • Geschäfte müssen für die Käufer gut und schnell zu erreichen sein, ohne lange Gehzeiten
IP 14	<ul style="list-style-type: none"> • Kein Problem
IP 15	<ul style="list-style-type: none"> • Parken ist ein großes Problem • Zu wenige Parkplätze in der Innstraße • Leute wollen direkt vor dem Geschäft parken • Es ist wichtig, dass ein Parkplatz vor dem Geschäft vorhanden ist, „ob er besetzt ist oder nicht, spielt keine Rolle (...) alleine das Gefühl, dass ein Parkplatz da ist, ist wichtig“ (ZITAT) (Früher war das Geschäft weiter unten in der Innstraße, dort war ein Parkplatz vorhanden, dieser war jedoch aufgrund von häufigen Bauarbeiten oft besetzt, war aber nie ein Problem für die Kunden)
IP 16	<ul style="list-style-type: none"> • Ein Kundenparkplatz
IP 17	<ul style="list-style-type: none"> • Hinter dem Haus eigene Parkplätze, werden jedoch auch von Fremdparkern benutzt • In der Maximilianstraße kostenlose Parkmöglichkeit für 30min, das ist gut • Parkplatzsituation „passt im Großen und Ganzen“ (ZITAT)
IP 18	<ul style="list-style-type: none"> • In der Maximilianstraße gut
IP 19	<ul style="list-style-type: none"> • Parkplätze immer zu wenig, da die Kunden „schnell reinlaufen wollen und wieder raus“ (ZITAT) • In der ehemaligen Filiale in der Innstraße waren es auch zu wenig Parkplätze
IP 20	<ul style="list-style-type: none"> • Parkplätze direkt vor dem Laden, auch Fahrradständer
IP 21	<ul style="list-style-type: none"> • Eigener Parkplatz hinter dem Haus, wird jedoch von den Kunden leider nicht genutzt • Auch Parkplätze vor dem Haus vorhanden • Leuten wollen am besten „im Geschäft parken“ (ZITAT) keine 100 Meter weit gehen
IP 22	<ul style="list-style-type: none"> • eigener Parkplatz hinter dem Haus

IP 23	<ul style="list-style-type: none"> • Es sind ausreichend Parkplätze vorhanden
IP 24	<ul style="list-style-type: none"> • Der Kirchenplatz ist sehr groß, aber dafür zu wenige Parkmöglichkeiten
IP 25	<ul style="list-style-type: none"> • Kunden parken in der Tiefgarage, am Bahnhof, bei Penny, bei Rossmann • Noch zwei Parkplätze vor dem Geschäft wären ideal
IP 26	<ul style="list-style-type: none"> • Es gibt bei dem Geschäft in der Innstraße genügend Privatparkplätze um das Haus herum, für die die Kunden nicht zahlen müssen
IP 27	<ul style="list-style-type: none"> • Zum Geschäft gehören 5 Parkplätze, es könnten aber mehr sein

Frage 12: Gibt es Synergieeffekte von Nachbargrundstücken für Ihr Geschäft? (D.h. profitieren Sie möglicherweise von einer bestimmten Funktion, einer Nutzung auf einer Nachbarimmobilie, einem Nachbargrundstück?)

- Synergieeffekte durch zahlreiche Geschäfte
- Keine Synergieeffekte

Interviewpartner	Synergieeffekte mit Nachbargrundstücken
IP 1	<ul style="list-style-type: none"> • Café Limone belebt die Innstraße • Es geht allgemein darum, dass wieder mehr Geschäfte in die Innstraße kommen, dann profitieren alle gegenseitig voneinander • „Es is egal was kommt, wens ansprechend is...ein Blumenladen, ein Restaurant, alles is förderlich“ (ZITAT) • „Je bunter, desto besser“ (ZITAT) • „Wichtig ist, dass mal etwas gemacht wird!“ (ZITAT)
IP 2	<ul style="list-style-type: none"> • alles zusammen ergibt eine Symbiose • eine funktionierende Innenstadt führt dazu, dass jeder von jedem profitiert
IP 3	<ul style="list-style-type: none"> • wenn viele Kunden hier, gehen sie bestimmt zu einem anderen Geschäft auch noch, aber dass man konkret von einem anderen Geschäft profitiert oder umgekehrt, das nicht • je mehr Geschäfte insgesamt, umso mehr Leben gibt es in Simbach • „Bei uns ist's zum Beispiel schon so, wenn jetzt Leute kommen (...) und das dauert ein bisschen, dann sagen wir natürlich schon, geht's in Biergarten, geht's zum Diegruber, verweilt noch ein bisschen!“ (ZITAT)

IP 4	<ul style="list-style-type: none"> • Nein
IP 5	<ul style="list-style-type: none"> • andere Geschäfte profitieren von Metzgerei, da man zum Metzger ja doch u.U. fast täglich fährt und dann auch zu anderen geht • früher hat man auch gegenseitig von der Bäckerei profitiert, enge Verbindung
IP 6	<ul style="list-style-type: none"> • Nein
IP 7	<ul style="list-style-type: none"> • Viele Geschäfte profitieren vom Geschäft, z. B. Schuhgeschäfte, Gastronomie
IP 8	<ul style="list-style-type: none"> • Das ist immer so, wo ein Geschäft ist, profitiert der eine vom anderen (Beispiel: Modehaus Nebel), ganz im Allgemeinen, das muss kein bestimmtes Geschäft sein • Beispiel: Rewe am Rennbahncenter, Kunden die dort einkaufen, nehmen wahr, dass drum herum noch andere Geschäfte sind (wie zum Beispiel) Fressnapf) und fahren vielleicht zu einem anderen Zeitpunkt dort hin, Geschäfte haben sich hierzu auch an die Öffnungszeiten von Rewe angepasst, um keine Kunden zu verpassen • es wird sich allerdings schon nach den Nachbarn gerichtet • ein Dekogeschäft wäre eine ideale Nutzung in der Nachbarschaft, das würde sich ergänzen, es war bisher unterhalb der Brücke
IP 9	<ul style="list-style-type: none"> • „Wenn das Stadtbild an und für sich in Ordnung ist, profitiert ein jeder“ (ZITAT) • das „Insgesamt“ (ZITAT) zählt, von einem einzelnen profitiert man eigentlich nicht
IP 10	<ul style="list-style-type: none"> • nicht direkt, allerdings haben viele Stammkunden fixe Wege, Metzger, Bäcker... • dann vielleicht noch Kauf einer Karte/Buch für die Geburtstagsfeier am Abend
IP 11	<ul style="list-style-type: none"> • Buchhandlung • Wenn Kunden warten müssen, werden Gutscheine für das Café verteilt • Durch die vielen Leerstände aber immer weniger Synergieeffekte • Wenn viele Nachbarn ausziehen, wäre ein anderer Ort für das Geschäft sinnvoller
IP 12	<ul style="list-style-type: none"> • keine Synergieeffekte
IP 13	<ul style="list-style-type: none"> • Nein, da Geschäft eine Nische ist und deshalb keine Konkurrenz
IP 14	<ul style="list-style-type: none"> • Schuhgeschäft Heyne, ab und zu sind Sachen zu reparieren

IP 15	<ul style="list-style-type: none"> • Ein Geschäft profitiert davon, wenn auch im Umfeld attraktive Geschäfte sind • Im Moment sind kaum attraktive Geschäfte vorhanden • Es müssten wieder „tägliche Frequenzbringer“ in die Innstraße: Bäckerei, Eiscafé => Laufkundschaft • „Die Attraktivität von Simbach ist durchaus gegeben“ (ZITAT), wenn jetzt schnell etwas geändert wird und die Innenstadt wieder belebt wird
IP 16	<ul style="list-style-type: none"> • Umzug von Mode Beer positiv: Kunden können von einem Modegeschäft ins Nächste schauen
IP 17	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäft profitiert durch Elektrofachgeschäft Hellmannsberger, Sparkasse, Hahn, HNO-Arzt • „Ärzte sind schon wichtig“ (ZITAT), Leute fahren bewusst zu den Ärzten und gehen im Umkreis einkaufen
IP 18	<ul style="list-style-type: none"> • Man profitiert generell von mehr Einzelhandel, von einem Herenausstatter würde profitiert werden
IP 19	<ul style="list-style-type: none"> • Metzgerei in der Nähe der Bäckerei ist immer gut • Nähe zum Bahnhof ist auch gut • Generell helfen alle Geschäfte, die in der Nähe sind, da es dann mehr Leute gibt, die vorbeikommen
IP 20	<ul style="list-style-type: none"> • andere, umliegende Geschäfte profitieren eher vom Geschäft, da die Kunden gezielt in den Laden kommen • es gibt drum herum nicht so viel
IP 21	<ul style="list-style-type: none"> • Alle profitieren voneinander; wenn generell viel los ist, ist das gut • Maximilianstraße: „Wir sind so eine Art Gesundheitsstraße“ (ZITAT): Apotheken, Optiker, Sanitätshaus usw. vorhanden • „Es gab mal eine Zeit, da waren einige Geschäfte hier zu, jetzt dadurch, dass hier alles auch wieder voll ist [Geschäfte in der Maximilianstraße], ist es auch wieder viel belebter“ (ZITAT)
IP 22	<ul style="list-style-type: none"> • es gibt sehr wenige Synergieeffekte, eventuell durch das Sanitätshaus Göldner, wobei es mit diesem auch Sortimentsüberschneidungen gibt, somit könnten das auch eher negativ sein • das Sanitätshaus profitiert eventuell eher von der Neuen Apotheke • „Wir würden allgemein von einer belebteren Innenstadt profitieren“ (ZITAT), was im Wittelsbacherhaus passiert, ist sicher gut • Innenstadt, in der man alles fußläufig erreicht, wäre positiv, „da erhoffe ich mir, dass die Leute kommen, weil sie flanieren wollen“ (ZITAT) • Arztpraxen wirken sich positiv aus, generieren Kunden, es gibt davon vier Stück im Haus, „Wenn noch andere Ärzte kämen, hätten wir sicher nichts dagegen“ (ZITAT)
IP 23	<ul style="list-style-type: none"> • Guter Standort: Es sind viele Ärzte und Apotheken ringsum

	<ul style="list-style-type: none"> • Das Geschäft war bis vor 4 Jahren in der Innstraße, in der Maximilianstraße ist es aber viel besser
IP 24	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Synergieeffekte
IP 25	<ul style="list-style-type: none"> • Positiver Einfluss durch Bäckerei und dem neuen indischen Restaurant • In die Maximilianstraße kommen viele junge Leute durch den Tattoladen, aber auch ältere Leute durch die Apotheken usw. => Belebte Straße ist generell vorteilhaft fürs Geschäft • Alle Geschäfte sind förderlich, es ist wichtig, dass die Straße belebt ist
IP 26	<ul style="list-style-type: none"> • Früher gab es Synergieeffekte zwischen der Wäscherei und der Reinigung, aber die Wäscherei gibt es nicht mehr • Ansonsten gibt es keine Synergieeffekte
IP 27	<ul style="list-style-type: none"> • „Alle haben die gleichen Öffnungszeiten, da profitiert einer vom anderen“ (ZITAT) • Schmuck Hahn profitiert vom Modegeschäft nebenan, das passt gut zusammen

Frage 13: Sind Sie mit dem Zuschnitt/mit der Fläche Ihres Ladenlokals zufrieden? Würden Sie ggf. eine größere/kleinere Fläche bevorzugen?

- Zuschnitt und Fläche in Ordnung
- Größere Fläche
- Anderer Zuschnitt

Interviewpartner	Zuschnitt und Fläche des Geschäfts
IP 1	<ul style="list-style-type: none"> • Prinzipiell zufrieden • Größere Fläche wäre wünschenswert, wenn diese ebenerdig ist
IP 2	<ul style="list-style-type: none"> • Würde IP jetzt ein neues Geschäft eröffnen, würde IP dies natürlich komplett anders einrichten, Zuschnitt ändern
IP 3	<ul style="list-style-type: none"> • zufrieden
IP 4	<ul style="list-style-type: none"> • Ladenfläche ist optimal
IP 5	<ul style="list-style-type: none"> • ja, zufrieden
IP 6	<ul style="list-style-type: none"> • Ladenfläche ist optimal, es gibt 150 Sitzplätze

IP 7	<ul style="list-style-type: none"> • Es passt so, es ist alles überschaubar, Sortiment aber trotzdem breit aufgestellt • Größere Fläche würde mehr Personal und höhere Kosten bedeuten • Wenn das Geschäft größer werden soll, dann nur mit Hilfe der Familie
IP 8	<ul style="list-style-type: none"> • ja, das Geschäft hat sich nach dem Hochwasser etwas verkleinert, da der Keller noch nicht trocken ist (Lager ist jetzt im Nebenraum) • die Ladenfläche ist verwinkelt, aber IP empfindet das als ideal
IP 9	<ul style="list-style-type: none"> • zufrieden
IP 10	<ul style="list-style-type: none"> • die Fläche des Geschäftes ist zufriedenstellend, große Schaufenster • das Geschäft an einem anderen Platz verorten wäre nicht wünschenswert
IP 11	<ul style="list-style-type: none"> • Größer um 20m² • Umzug wäre dafür aber notwendig
IP 12	<ul style="list-style-type: none"> • Zuschnitt passt, größer würde sich nicht rentieren (Internet etc. ist günstiger), • aber kleiner auch nicht
IP 13	<ul style="list-style-type: none"> • Zuschnitt ist in Ordnung
IP 14	<ul style="list-style-type: none"> • Zufrieden
IP 15	<ul style="list-style-type: none"> • Passt
IP 16	<ul style="list-style-type: none"> • Passt perfekt
IP 17	<ul style="list-style-type: none"> • Zweite Ebene kommt hinzu, Umbau nächstes Jahr
IP 18	<ul style="list-style-type: none"> • Altes Geschäft hatte 500m², jetziges Geschäft in der Maximilianstraße hat nur 175m² • Geschäft soll im ersten Stock vergrößert werden
IP 19	<ul style="list-style-type: none"> • Zufrieden • Erweiterung des Geschäfts wurde erst vor kurzer Zeit eröffnet
IP 20	<ul style="list-style-type: none"> • IP ist mit ihrem Laden schon zweimal umgezogen und hat sich jeweils vergrößert • auch der jetzige Laden könnte größer sein, er könnte doppelt so groß sein

IP 21	<ul style="list-style-type: none"> • Passt
IP 22	<ul style="list-style-type: none"> • eine Renovierung wäre gut, die Größe der Räumlichkeiten ist passend, im Bedarfsfall könnten Lagerräume oder Keller umfunktioniert werden
IP 23	<ul style="list-style-type: none"> • Passt perfekt
IP 24	<ul style="list-style-type: none"> • Passt so wie es ist
IP 25	<ul style="list-style-type: none"> • Passt
IP 26	<ul style="list-style-type: none"> • Zufrieden
IP 27	<ul style="list-style-type: none"> • Passt perfekt

Frage 14: Wie schätzen Sie das Nutzungsangebot in Simbach in Bezug auf den Einzelhandel ein? Fehlen bestimmte Branchen, sind welche überrepräsentiert?

Überrepräsentiert:

- Nichts
- Apotheken
- Optiker
- Gastronomie
- Supermärkte
- Spielbanken
- Friseure

Interviewpartner	Nutzungsangebot in Simbach
IP 1	<ul style="list-style-type: none"> • Gasthäuser gibt es genügend • Bekleidung fehlt, vor allem für junge Leute • „Für junge [Leute] is eigentlich nichts da“ (ZITAT) • Maximilianstraße ist momentan der Hotspot des Einzelhandels in Simbach, das Problem ist allerdings, dass es eine Seitenstraße ist und keine echte Hauptgeschäftsstraße ist, außerdem ist sie sehr versteckt in Simbach und für den Durchgangsverkehr unsichtbar • Der ganze Einzelhandel verlagert sich momentan in die Maximilianstraße • Die Hauptgeschäftsstraße sollte eigentlich die Innstraße sein,

	<p>diese sollte belebt werden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der neue Grünraum hat ohne eine belebte Innstraße keinen Wert, die Leute kommen nicht für den Grünraum allein: „<i>Wer sitzt im neuen Park, wenn keine Leute [von der Innstraße] kommen?</i>“ (ZITAT) • Auf dem Dorfplatz (Kirchenplatz) gibt es nichts, da müsste auch mehr belebt werden • „<i>Das Leben des Einzelhandels ist um 18:00 Uhr beendet</i>“, danach werden die „<i>Bürgersteige hochgeklappt</i>“ (ZITAT)
IP 2	<ul style="list-style-type: none"> • es gibt zu viele Apotheken, Nagelstudios und Optiker • die Fehler sind alle früher schon passiert, wo man davon ausging, dass die Braunauer immer nach Simbach fahren würden, weil günstiger etc. • mittlerweile aber hat sich das Preisniveau in Österreich stark dem deutschen angepasst und die Braunauer kommen eben nicht mehr einfach so
IP 3	<ul style="list-style-type: none"> • „<i>Wir würden uns wünschen, dass das Meiste wieder in die Innenstadt und nicht in das Rennbahncenter außen verlegt wird</i>“ (ZITAT) • alteingesessene Geschäfte im Zentrum wiederbeleben • fehlen würde z.B. ein Supermarkt/Lebensmittel mitten in der Stadt, siehe z.B. die Bauarbeiter: diese mussten stets raus zum Lidl, Netto, ..., weil es hier nichts gibt, „<i>das find ich, das geht schon ab da in der Innenstadt</i>“ (ZITAT) • „<i>Bekleidung natürlich auch</i>“ (ZITAT) • überrepräsentiert ist eigentlich nichts, Konkurrenz belebt das Geschäft
IP 4	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt zwar nicht wirklich was, aber die Aufteilung ist schlecht (man braucht das Auto, weil man nicht alles an einem Platz hat) • Der Bäcker fehlt noch in der Innstraße • Es gibt evtl. zu viele Apotheken? • Ausreichend bis zu viele Pizzerien bzw. Gastronomie ist vorhanden
IP 5	<ul style="list-style-type: none"> • Bekleidung fehlt, für alle Sparten • draußen in den Einkaufszentren gibt es ja auch nur die Billigstanbieter, aber „normale“ Geschäfte fehlen • Supermärkte allerdings reichen
IP 6	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt an allem in Simbach • Österreichische Firmen verzerren den Wettbewerb (werben potenzielle Kunden ab) • Zusätzliches Problem: stetig sinkende Einwohnerzahlen • Es gibt nichts, wovon es zu viel gibt
IP 7	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt Herrenbekleidung • Es gibt viel Gastronomie, Cafés, der Kunde weiß gar nicht, wohin

<p>IP 8</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ein zweites Schuhgeschäft wäre wünschenswert, da es dort im Moment keine Konkurrenz gibt • ein Laden für Herren (Boutique) • Damenwäsche/Unterwäsche • „Der Simbacher würde schon gern im Simbach einkaufen“ (ZITAT), das ist allerdings im Moment in vielen Bereichen nicht möglich • das heißt, wenn die Simbacher wegen zum Beispiel Unterwäsche oder Herrensachen nach Pfarrkirchen oder woandershin fahren müssen, dann kaufen sie auch dort den Rest, auch Lebensmittel • es ist nichts überrepräsentiert
<p>IP 9</p>	<ul style="list-style-type: none"> • „die Stadt braucht einen gewissen Showeffekt, einfach was zum Bummeln“ (ZITAT) • „so etwas wie Spielcasino... da gibt's nichts zu schauen, sag ich jetzt mal“ (ZITAT) • „gerade für die Damenwelt“ (ZITAT) soll Bekleidung, Schuhe, Schmuck wieder so gegeben sein wie früher, dann ist die Stadt insgesamt attraktiv
<p>IP 10</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apotheken werden nicht mehr gebraucht, breites Angebot vorhanden • ein Supermarkt in der Innenstadt wäre für ältere Menschen erstrebenswert • auch aufgrund des demographischen Wandels • Gemütlichkeit durch Cafés schaffen => Anziehungspunkt
<p>IP 11</p>	<ul style="list-style-type: none"> • In der Innstraße fehlt ein Bäcker • In der Bachstraße macht die Bäckerei Braumiller wieder auf: Wichtig ist, dass die Brücke nicht wegkommt, Bäckerei und Metzgerei sind gegenseitig voneinander abhängig • Überrepräsentiert sind: Supermärkte
<p>IP 12</p>	<ul style="list-style-type: none"> • „überfrequentiert wird in Simbach, glaub ich, kein Einzelhandel sein, kann ich mir nicht vorstellen“ (ZITAT) • höchstens noch zu viele Apotheken • insgesamt ist der Einzelhandel sehr schlecht aufgestellt • „Herrenmode ham' wir gar keine mehr in der Zwischenzeit in Simbach“ (ZITAT) • „Also Modengeschäfte haben wir nicht viel da“ (ZITAT) • „Simbach hat auch kein schönes Zentrum irgendwie, das ein Anziehungspunkt wär“ (ZITAT)
<p>IP 13</p>	<ul style="list-style-type: none"> • zu viele Spielbanken: Spielbanken gehören weg => gewollte Verarmung der Bevölkerung
<p>IP 14</p>	<ul style="list-style-type: none"> • zufrieden
<p>IP 15</p>	<ul style="list-style-type: none"> • „Es ist ein Spektrum von Geschäften da, die sind aber zum Großteil überaltert und unattraktiv“ (ZITAT), z. B. Dachauer Uhrengeschäft ist unattraktiv

	<ul style="list-style-type: none"> • Viele Inhaber der Geschäfte wollen nicht mehr investieren • Viele Inhaber haben auch nach der Flut wiedereröffnet, obwohl sie eigentlich gar nicht mehr wiedereröffnen wollten (aus Geld-, Versicherungsgründen), diese Geschäfte werden auf lange Sicht gesehen wieder leer stehen • Überrepräsentiert sind: Getränkemarkte, Restaurants
IP 16	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt ein Herrenausstatter • „Ich würde niemandem raten, in Simbach ein Geschäft zu eröffnen“ (ZITAT) • Es gibt zu viele Apotheken • „In Simbach fehlt das Erlebnis“ (ZITAT)
IP 17	<ul style="list-style-type: none"> • Es ist nichts überrepräsentiert, im Gegenteil: „Ich finde es eher gut, wenn von einer Branche mehrere da sind“ (ZITAT): Mehr Auswahl, mehr Konkurrenz
IP 18	<ul style="list-style-type: none"> • Es sollte alles geben: Ausstattung für Damen, für Herren, für Kinder, Gesamtpaket • In Pfarrkirchen und Pocking gibt es auch auf kleinem Raum alles, so könnte man es auch in Simbach machen • Es gibt genügend Optiker, Friseure, Apotheke
IP 19	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt Herrenbekleidung, Kinderkleidung • Qualitative Bekleidung • Es gibt genügend: Apotheken, Friseure
IP 20	<ul style="list-style-type: none"> • nichts ist überrepräsentiert, allerdings gibt es genug Optiker und Apotheken • fehlt: Herrenbekleidung, Kinderbekleidung, Jugendbekleidung, Möbel, Geschirr, Haushaltswaren
IP 21	<ul style="list-style-type: none"> • Optiker / Hörakustik überrepräsentiert
IP 22	<ul style="list-style-type: none"> • Fehlend: Kleidung für sich selbst, generell mehr Abwechslung, toll wäre auch ein Delikatessenladen (der bestehende von Herrn Giandinoto beherbergt im Moment dessen Pizzeria) • Überrepräsentiert: Apotheken, Optiker • IP kauft viel in Internet oder fährt nach München
IP 23	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt ein Schreibwarenladen • Ein Schuhgeschäft fehlt auch • Apotheken und Optiker gibt es unverhältnismäßig viel
IP 24	<ul style="list-style-type: none"> • zu viele Restaurants, v. a. italienische Restaurants
IP 25	<ul style="list-style-type: none"> • Überrepräsentiert: Italienische Restaurants
IP 26	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt höherwertige Bekleidung, in Simbach gibt es nur „billige“ Textilgeschäfte (Kik, Takko) • An höherwertigen Bekleidungsgeschäften gibt es nur Mode Beer

	<ul style="list-style-type: none"> • Es gibt genügend Lokale
IP 27	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt ein vernünftiges Schuhgeschäft und ein Klamottenladen • Elektronikgeschäft fehlt • Zoohandlung fehlt • Es gibt mehr als genügend Apotheken, Optiker und Uhren/Schmuckläden

Frage 15: Gibt es Nutzungsangebote in Bezug auf den Einzelhandel, die noch fehlen?
(Nutzungsnischen)

Mehrfachnennungen möglich

- Bekleidung:
 - Bekleidung allgemein, Damen (1), für Herren, für junge Leute, Kinder, ältere Leute, qualitative, höherwertige Bekleidung, Wäsche, Schuhe
- Bäckerei in der Innstraße
- Supermarkt in der Innenstadt
- Café(s)
- Schreibwaren
- „Showeffekt“, Magnet, Erlebnis, das die Leute anzieht
- Kleinartikelbedarf
- Weinlokal
- Parfümerie
- Asiatisches Restaurant
- Schmuck
- Möbel
- Geschirr
- Haushaltswaren
- Theater, kulturelle Einrichtungen
- Elektronikfachgeschäft
- Delikatessenladen
- Computerfachgeschäft
- Zoohandlung

Interviewpartner	Fehlende Nutzungsangebote, Nutzungsnischen
IP 1	<ul style="list-style-type: none"> • Bekleidung für junge Leute

	<ul style="list-style-type: none"> • Café zum Draußensitzen am Kirchenplatz
IP 2	<ul style="list-style-type: none"> • „Hochkaräter“ (ZITAT) im Bekleidungshandel • mittlerweile fehlt viel zu viel, etwa einen K&L für ältere und einen H&M für jüngere Leute und noch etwas für die Kleinen bräuchte man hier
IP 3	<ul style="list-style-type: none"> • fehlen würde z.B. ein Supermarkt/Lebensmittel mitten in der Stadt, siehe z.B die Bauarbeiter: diese mussten stets raus zum Lidl, Netto usw., weil es hier nichts gibt, „das find ich, das geht schon ab da in der Innenstadt“ (ZITAT) • „Bekleidung natürlich auch“ (ZITAT)
IP 4	<ul style="list-style-type: none"> • Bäckerei in der Innstraße
IP 5	<ul style="list-style-type: none"> • Bekleidung fehlt, für alle Sparten • draußen in den Einkaufszentren gibt es ja auch nur die Billigstanbieter, aber „normale“ Geschäfte fehlen
IP 6	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt an vielem: Die Stadt muss handeln – IP weiß nicht genau, wie – aber es muss was gemacht werden
IP 7	<ul style="list-style-type: none"> • Herrenbekleidung • Kleinartikelbedarf, „Kleinkram“ • Weinlokal, wo man länger verweilen kann, da die Öffnungszeiten der anderen Lokale nur bis 22:00 Uhr
IP 8	<ul style="list-style-type: none"> • ein zweites Schuhgeschäft wäre wünschenswert, da es dort im Moment keine Konkurrenz gibt • ein Laden für Herren (Boutique) • Damenwäsche/Unterwäsche • „Der Simbacher würde schon gern im Simbach einkaufen“, (ZITAT) das ist allerdings im Moment in vielen Bereichen nicht möglich • das heißt, wenn die Simbacher wegen zum Beispiel Unterwäsche oder Herrensachen nach Pfarrkirchen oder woandershin fahren müssen, dann kaufen sie auch dort den Rest, auch Lebensmittel • die Simbacher Bevölkerung wird aus Simbach „weggezogen“, da wird zu wenig gemacht, vor allem für die Jugend gibt es wenig Angebot, vor allem fehlt Angebot an Kleidung für diese Altersstufe
IP 9	<ul style="list-style-type: none"> • „die Stadt braucht einen gewissen Showeffekt, einfach was zum Bummeln“ (ZITAT) • „gerade für die Damenwelt“ (ZITAT) soll Bekleidung, Schuhe, Schmuck wieder so gegeben sein wie früher, dann ist die Stadt insgesamt attraktiv • „Geschäfte wie H&M – ja, das ist Illusion, die kommen da sowieso nicht her“ (ZITAT) • „Also die Bekleidungssituation für Herren, sag ich jetzt mal... da gehen wir halt nach Braunau rüber“ (ZITAT) • „jeder geht auch nicht gern zu C&A, oder Mister und Lady oder

	<p>wie das heißt“ (ZITAT)</p>
IP 10	<ul style="list-style-type: none"> • ein Supermarkt in der Innenstadt wäre für ältere Menschen erstrebenswert • auch aufgrund des demographischen Wandels • Gemütlichkeit durch Cafés schaffen => Anziehungspunkt • Geschäfte für Bekleidung
IP 11	<ul style="list-style-type: none"> • In der Innstraße fehlt ein Bäcker • Kramerladen • Parfümerie • Asiatisches Restaurant
IP 12	<ul style="list-style-type: none"> • insgesamt ist der Einzelhandel sehr schlecht aufgestellt • „Herrenmode ham‘ wir gar keine mehr in der Zwischenzeit in Simbach“ (ZITAT) • „Also Modegeschäfte haben wir nicht viel da“ (ZITAT) • „Simbach hat auch kein schönes Zentrum irgendwie, das ein Anziehungspunkt wär“ (ZITAT) • Geschäfte, die die Leute anziehen, fehlen! • „irgendein Magnet, der die Leute in die Stadt reinzieht“ (ZITAT) • etwa wie K&L Ruppert in Pfarrkirchen
IP 13	<ul style="list-style-type: none"> • nein, im Moment hat man ja keine Bevölkerung, die die Nischen in Anspruch nehmen würden • im Gesamten muss man den bereits vorhandenen Einzelhandel attraktiver machen
IP 14	<ul style="list-style-type: none"> • Bekleidung fehlt, vor allem für Männer
IP 15	<ul style="list-style-type: none"> • Viele kleine Geschäfte, gute Mischung mit Geschäften und Cafés • Kreative Geschäfte, die den Kunden begeistern und innovativ sind • „Die Geschäfte, die es verstehen, den Kunden zu begeistern, werden erfolgreich sein in der Zukunft“ (ZITAT) • „Die Geschäfte, die meinen, sie können Geschäft machen, indem sie mit irgendeiner Ware nur handeln, die zufällig halt in ist im Moment, die werden auf lange Sicht hin scheitern, weil das gibt’s ja schneller, einfacher über das Internet“ (ZITAT) • „Wenn man einkauft will man ein Erlebnis haben, sonst könnte man ja gleich über das Internet bestellen“ (ZITAT), z. B. schöne Cafés • Braunau und Simbach könnten sich „ganz toll miteinander entwickeln“ (ZITAT) • Man könnte die Brücke verbreitern und auf der Brücke links und rechts Geschäfte einrichten (z. B. während der Weihnachtszeit) • „Wir sind eine der wenigen europäischen Städte, die das können“ (ZITAT)
IP 16	<ul style="list-style-type: none"> • „In Simbach fehlt das Erlebnis“ (ZITAT)

	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt ein Herrenausstatter • „Ich würde niemandem raten, in Simbach ein Geschäft zu eröffnen“ (ZITAT)
IP 17	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt nichts • „Ich wüsste nichts, was die Leute auch dermaßen annehmen würden, dass ich ihnen raten würde, ein Geschäft aufzumachen“ (ZITAT)
IP 18	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt ein Herrenausstatter • Kinderbekleidung • Höherwertige Bekleidung • Zweites Schuhgeschäft • Wäsche • Es sollte alles geben: Ausstattung für Damen, für Herren, für Kinder, Gesamtpaket • In Pfarrkirchen und Pocking gibt es auch auf kleinem Raum alles, so könnte man es auch in Simbach machen
IP 19	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt Herrenbekleidung, Kinderkleidung • Qualitative Bekleidung
IP 20	<ul style="list-style-type: none"> • fehlt: Herrenbekleidung, Kinderbekleidung, Jugendbekleidung, Möbel, Geschirr, Haushaltswaren
IP 21	<ul style="list-style-type: none"> • Generell mehr Geschäfte, um die Stadt zu beleben • Mode: Kinder, Herren • Schuhgeschäft • Uhrengeschäft, das die Uhren auch selbst reparieren kann • Schreibwaren
IP 22	<ul style="list-style-type: none"> • Fehlend: Kleidung, generell mehr Abwechslung, toll wäre auch ein Delikatessenladen (der bestehende von Herrn Giandinoto beherbergt im Moment dessen Pizzeria) • Schreibwaren
IP 23	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt ein Schreibwarenladen • Ein Schuhgeschäft fehlt auch
IP 24	<ul style="list-style-type: none"> • Junge Mode
IP 25	<ul style="list-style-type: none"> • Theater, mehr kulturelle Einrichtungen • 2. Computergeschäft als Konkurrenz
IP 26	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt höherwertige Bekleidung, in Simbach gibt es nur „billige“ Textilgeschäfte (Kik, Takko) • An höherwertigen Bekleidungsgeschäften gibt es nur Mode Beer
IP 27	<ul style="list-style-type: none"> • Es fehlt ein vernünftiges Schuhgeschäft und ein Klamottenladen • Elektronikgeschäft fehlt

	<ul style="list-style-type: none"> • Zoohandlung fehlt
--	---

Frage 16: Für welchen Bedarf fahren Sie / die Simbacher nach Braunau?

- Tanken
- Bekleidung
- Lebensmittel
- Markt am Mittwoch
- Stadtplatz-Flair, Urbanität, attraktives Zentrum, Bummeln
- Restaurants
- Minigolf
- Intersport
- Trachten
- Parfümerie am Stadtplatz
- XXL Lutz
- Mömax
- Mc Donald's

Interviewpartner	Bedarf in Braunau
IP 1	<ul style="list-style-type: none"> • Bekleidung • „Es kann auch nicht das Ziel sein, dass wir einen Nachbarort Braunau haben und man sagt: Fahrts halt da rüber“ (ZITAT) • „Braunau ist richtig schön aufgestellt, da hast du wirklich auch einen Stadtplatz, da hast du den Stadtplatz-Flair, da hast du links und rechts Geschäfte, Restaurants, Optiker, da ist alles! Und alles beieinander“ (ZITAT)
IP 2	<ul style="list-style-type: none"> • Tanken • schlendern, schönes Zentrum, Minigolf spielen
IP 3	<ul style="list-style-type: none"> • nur wenn man aus bestimmten Grund in Braunau ist, verbindet man das mit Einkaufen etc., aber extra hinfahren – nein!
IP 4	<ul style="list-style-type: none"> • Tanken • Wurst- und Fleischprodukte • In Braunau kann man besser shoppen, z.B. InterSpar hat bessere Aufmachung • Shoppen am Samstagnachmittag ist in Simbach nicht möglich wegen fehlender Geschäfte
IP 5	<ul style="list-style-type: none"> • zum Tanken
IP 6	<ul style="list-style-type: none"> • Zum Einkaufen: Kleidung/Lebensmittel/Wurstwaren • Zum Markt immer mittwochs in Braunau

	<ul style="list-style-type: none"> • Die Österreicher haben ihre Preise an die deutschen Preise angepasst
IP 7	<ul style="list-style-type: none"> • Trachten • Interspar
IP 8	<ul style="list-style-type: none"> • Tanken • Intersport • Bummeln • Schuhgeschäfte • kompakte Innenstadt, alles fußläufig, viel Parkplätze, Boutiquen
IP 9	<ul style="list-style-type: none"> • Herrenkleidung • „vielleicht als Frau...zum Bummeln“ (ZITAT)
IP 10	<ul style="list-style-type: none"> • Bekleidung
IP 11	<ul style="list-style-type: none"> • Parfümerie am Stadtplatz • XXL Lutz • Mömax • Tanken • Durch das Tanken ergeben sich spontan auch andere Erledigungen • Asiatisches Restaurant
IP 12	<ul style="list-style-type: none"> • manchmal zum Interspar, ansonsten fährt IP nicht nach Braunau
IP 13	<ul style="list-style-type: none"> • Braunau – bessere Qualität der Lebensmittel
IP 14	<ul style="list-style-type: none"> • Essen, Kleidung
IP 15	<ul style="list-style-type: none"> • Wenn man auf dem Weg nach Österreich / Tschechien ist: Halt bei McDonald's • Restaurants • Lebensmittel: Wurst, Sachen, die es hier nicht gibt • „Man geht über die Brücke und man hat das Gefühl, man ist in einem anderen Land“ (ZITAT), die meisten Menschen verhalten sich anders in Österreich • Braunau ist bei schönem Wetter am Markttag wie Italien • Braunau und Simbach könnten sich „ganz toll miteinander entwickeln“ (ZITAT) • Man könnte die Brücke verbreitern und auf der Brücke links und rechts Geschäfte einrichten (z. B. während der Weihnachtszeit) • „Wir sind eine der wenigen europäischen Städte, die das können“ (ZITAT)
IP 16	<ul style="list-style-type: none"> • „Das schönste an Simbach ist Braunau“ (ZITAT) • Braunau ist viel attraktiver, die Stadt ist urbaner, mehr Kneipen/Restaurants/Nachtleben, der Anblick der Stadt ist schöner • Für gute Lebensmittel: Milchprodukte und Fleisch

	<ul style="list-style-type: none"> • Tanken
IP 17	<ul style="list-style-type: none"> • Simbacher fahren sehr viel nach Braunau • Interspar: Fleischwaren sind anders in Österreich, nicht unbedingt besser • Tanken • Kino
IP 18	<ul style="list-style-type: none"> • Tanken, österreichischer Kaffee, österreichischer Käse und Milchprodukte, Palmers (Wäsche) • „Es gibt einige Lebensmittel, die ich nur in Braunau kaufe, dafür gibt es einige Braunauer, die bestimmte Lebensmittel nur bei uns kaufen“ (ZITAT) • „Ich fahre gerne nach Braunau und wir sind auch froh, dass die Braunauer zu uns kommen“ (ZITAT) • Großer Bezug zu Braunau
IP 19	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr wenig, nur ganz selten • Wenn man ganz dringend etwas braucht, was man in Simbach nicht bekommt • „In der Regel kaufen wir in Braunau nicht ein“ (ZITAT)
IP 20	<ul style="list-style-type: none"> • Tanken, Lebensmittel, Bekleidung, einfach „zum Schauen“, gezielt kann sie es sich nicht vorstellen • für Herren, Kinder (Ammerer) und Jugendliche (New Yorker) gibt es dort Angebote im Bereich Kleidung • Braunauer kommen aber auch rüber
IP 21	<ul style="list-style-type: none"> • Kleidung • Tanken • Braunauer Stadtplatz: Cafés, Schlendern, „Da [Braunauer Stadtplatz] ist mehr los, ich mein, wenn man bei uns auf den Kirchenplatz schaut, da ist nichts los, das liegt halt daran, dass ringsrum um den Kirchenplatz lauter Sachen sind, die, naja (2) eine Schule – hat da nichts zu suchen eigentlich. Da kann ich mir ein Einkaufszentrum statt der Schule eher vorstellen“ (ZITAT)
IP 22	<ul style="list-style-type: none"> • Einkauf in Supermärkten, weil es dort ein etwas anderes Angebot gibt
IP 23	<ul style="list-style-type: none"> • Tanken • Ansonsten nicht
IP 24	<ul style="list-style-type: none"> • Ganz selten, wenn dann zum tanken
IP 25	<ul style="list-style-type: none"> • Wurst, Milch
IP 26	<ul style="list-style-type: none"> • Lebensmittel, die man in Simbach bzw. Deutschland nicht bekommt • Es gibt Sortimentsunterschiede zwischen Hofer und Aldi

IP 27	<ul style="list-style-type: none"> • „Für Kleidung fahre ich gerne nach Braunau“ (ZITAT) • „Ich achte darauf, viel vor Ort einzukaufen“ (ZITAT)
-------	--

Frage 17: Für welchen Bedarf fahren Sie / die Simbacher weiter weg? (z. B. nach Salzburg / Passau / München)

- IP fährt nicht weiter weg
- Großstadt-Atmosphäre
- „Shoppen“, Bekleidung
- Möbel (z. B. Ikea Salzburg)

Interviewpartner	Bedarf in größeren Städten (Salzburg / Passau / München)
IP 1	<ul style="list-style-type: none"> • „Jeder fährt mal in eine größere Stadt“ (ZITAT) • „Dass die Leute mal in eine größere Stadt fahren, kann man nicht umgehen, und das ist auch keine Konkurrenz, unsere Kunden kommen auch teilweise von München her“ (ZITAT)
IP 2	<ul style="list-style-type: none"> • Nein
IP 3	<ul style="list-style-type: none"> • Nein, „nur, wenn man jetzt einfach einen Tagesausflug macht, freilich kauft man dann da und dort ein, aber speziell jetzt, dass ich sag, ich fahr irgendwo hin nur zum Einkaufen, das tu ich nicht!, nein“ (ZITAT)
IP 4	<ul style="list-style-type: none"> • Nur wenn man einen wirklich großen Shoppingtag einlegen möchte, fährt man z.B. nach München
IP 5	<ul style="list-style-type: none"> • nach Salzburg schon öfter mal für spezielle Dinge, zum Schlendern • „Wenn man was Schönes will, muss man schon weiter wegfahren!“ (ZITAT)
IP 6	<ul style="list-style-type: none"> • Für IP gibt es keinen Grund, nach Salzburg/Passau/München zu fahren
IP 7	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht viel Zeit zum weiter wegfahren • Pocking: Schuh Hager • Reit im Winkl: Sport- und Bergsteigerausrüstung
IP 8	<ul style="list-style-type: none"> • nach München zum Shopping und Bummeln (Schuhe, Unterwäsche) wegen anderer Atmosphäre, solche Geschäfte gibt es in Simbach und der Umgebung nicht
IP 9	<ul style="list-style-type: none"> • persönlich kauft IP nur in Simbach oder Braunau ein, im

	Grunde genommen würde man auch alles in Simbach finden, nur optimal ist es nicht
IP 10	<ul style="list-style-type: none"> Pfarrkirchen: wg. Bekleidung weiter weg wird nicht gefahren Eher regionale Käufe
IP 11	<ul style="list-style-type: none"> H&M Mühldorf Ikea Salzburg
IP 12	<ul style="list-style-type: none"> nicht weiter weg
IP 13	<ul style="list-style-type: none"> wird alles in der Region gekauft weiter weg zu fahren ist immer auch mit hohen Kosten verbunden
IP 14	<ul style="list-style-type: none"> IP ist regionaler Käufer, außer spezielle Sachen weiter weg, aber sehr selten
IP 15	<ul style="list-style-type: none"> Nur des Erlebnis wegen, „Großstadtfeeling“ München: Shopping, aber es wird nicht gezielt hingefahren
IP 16	<ul style="list-style-type: none"> IP fährt nicht weiter weg
IP 17	<ul style="list-style-type: none"> Pfarrkirchen zum Pollocek, aber eher selten
IP 18	<ul style="list-style-type: none"> IP fährt nicht zum Einkaufen weiter weg
IP 19	<ul style="list-style-type: none"> Für Herrenbekleidung: Passau oder Waldkirchen Für Kinderbekleidung: Passau oder Altötting
IP 20	<ul style="list-style-type: none"> IP persönlich fährt nicht nach München o.ä., andere schon aber eher fürs „Shopping-Erlebnis“ und nicht für einen notwendigen Bedarf nach Salzburg: zu Ikea
IP 21	<ul style="list-style-type: none"> Bekleidung, Spontankäufe Großstadtgefühl
IP 22	<ul style="list-style-type: none"> Kleidung, außergewöhnliche Geschenke, besondere und außergewöhnliche Spirituosen
IP 23	<ul style="list-style-type: none"> IP fährt gerne weiter weg, aber nicht zum einkaufen „Ich möchte meinen Standort schützen, indem ich hier einkaufe“ (ZITAT) Der Umweltgedanke zählt für IP auch, deswegen fährt IP nicht zum Einkaufen weg
IP 24	<ul style="list-style-type: none"> Keine Zeit zum weiter weg fahren
IP 25	<ul style="list-style-type: none"> Theater (Linz, Salzburg)

	<ul style="list-style-type: none"> • Schuhe, Bekleidung (Passau, Italien)
IP 26	<ul style="list-style-type: none"> • IP fährt selbst nicht weiter weg, aber die Töchter schon (Shopping)
IP 27	<ul style="list-style-type: none"> • IP fährt nicht weiter weg

Frage 18: Welche Nutzung für den ehemaligen Stadl (Kreuzung Passauer / Münchner Straße – Innstraße) bevorzugen Sie?

- Gastronomie
- Kneipe / Disco
- Bekleidung
- Museum / Ausstellung
- Supermarkt
- Wohnungen
- Veranstaltungsraum
- Edelbrennerei
- Jugendtreff
- Theaterbühne

Interviewpartner	Nutzung Stadl
IP 1	<ul style="list-style-type: none"> • Bereich um den ehemaligen Stadl ist ein „Schandfleck hoch 3“ (ZITAT), eine neue Nutzung muss gefunden werden • Weinlokal (schönes Gewölbe), muss aber schön renoviert und gut geführt werden • Problem: keine Heizung, kein Wasser, Schimmelproblem • Es ist nur der Strom vorhanden • Es kann nur ein Lokal reinkommen, weil Parkplätze fehlen • Wenn im alten Stadl irgendwas gemacht wird, wäre das ein „Riesenprojekt“ (ZITAT)
IP 2	<ul style="list-style-type: none"> • Das gesamte Areal gehört Herrn Weideneder (Traube, La Rustica und Parkplatz) • der sollte daraus ein Heurigen-Lokal machen; auch ein Christkindlmarkt im Winter zwischen den Bäumen oder EM/WM-Liveübertragungen im Sommer sind hier vorstellbar
IP 3	<ul style="list-style-type: none"> • „Mei so irgendwie sowas wie ein kleines Bistro, Café, sowas wär jetzt da schon angebracht“ (ZITAT) • man sieht die gefüllten Frühstückscafés überall, das wäre auch hier nicht schlecht

IP 4	<ul style="list-style-type: none"> • evtl. eine kleine Bar oder ein bekanntes Modelabel/Kette, welches die Leute anzieht
IP 5	<ul style="list-style-type: none"> • „Ein schönes Lokal, Vinothek oder irgendsowas, Bistro...“ (ZITAT) • auch Schuhgeschäft, Textilgeschäft hätte in diesen Gewölbchen auch Flair
IP 6	<ul style="list-style-type: none"> • La Rustica darf nicht abgerissen werden wegen Denkmalschutz • Ein Investor soll entscheiden, was damit passiert – Hauptsache ist, dass es anders wird
IP 7	<ul style="list-style-type: none"> • Biergarten mit Ausblick auf den Bach • Lokal, Weinlokal
IP 8	<ul style="list-style-type: none"> • der Stadt sollte erhalten werden • Problem: Kostenaufwand und Parkplatzmangel, daher eher kein Einzelhandel möglich • eher: Lokal, Restaurant, Cocktailbar, eventuell mit Gartenbetrieb
IP 9	<ul style="list-style-type: none"> • „ein Filialist wie H&M, der die Jugend anzieht und halt auch preisgünstig ist“ (ZITAT)
IP 10	<ul style="list-style-type: none"> • Supermarkt • Cocktailbar • Fläche dahinter => kostenfreie Parkplätze
IP 11	<ul style="list-style-type: none"> • Weingeschäft (vom Fass) mit Lokal
IP 12	<ul style="list-style-type: none"> • „Die Traube gehört weggerissen“ (ZITAT) • „der große Parkplatz hinter der Traube, da könnte man ja was Schönes reinbauen“ (ZITAT) • „entweder ein schönes großes Geschäft unten rein und Wohnungen oben oder nur Wohnungen“ (ZITAT)
IP 13	<ul style="list-style-type: none"> • alles mit hohen Kosten verbunden, zuerst müsste man wen finden, der die Renovierung dieser alten Gemäuer gewährleistet • eine Bar, schönes Weinlokal wäre durchaus attraktiv
IP 14	<ul style="list-style-type: none"> • schwierig zu sagen, keinen Wunsch oder Idee
IP 15	<ul style="list-style-type: none"> • Kombination Gastronomie und kleine Geschäfte mit garten im hinteren Bereich • Es kommt darauf an, wie flexibel die Denkmalschützer bezüglich der Umgestaltung sind • „Das ist ein Juwel, wenn das einer richtig macht“ (ZITAT)

IP 16	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomie, mehr kann IP sich nicht vorstellen
IP 17	<ul style="list-style-type: none"> • Museum, etwas mit Antiquitäten
IP 18	<ul style="list-style-type: none"> • Das Haus muss komplett entkernt werden, es kostet viel Geld • Ein Ärztezentrum wäre wünschenswert (Augen-, Ohrenarzt usw.) • Geschäft wäre nicht ideal • Weinlokal, Gastronomie (Gewölbe mit „kuscheliger Atmosphäre“ (ZITAT))
IP 19	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomie
IP 20	<ul style="list-style-type: none"> • Lokal mit Biergarten, „Des war früher schon ein wunderschöner Biergarten“ (ZITAT) • Veranstaltungsraum davon gibt es in Simbach nicht so viele, vor allem in kleinerer Größe (Lokschuppen und Bürgerhaus sind sehr groß)
IP 21	<ul style="list-style-type: none"> • Kneipe / Disco (es muss mit den Anwohnern abgesprochen werden), mit ehemaligem Wirtshaus verbinden • Edelbrennerei (wäre einzigartig, weil es das noch nicht in Simbach gibt)
IP 22	<ul style="list-style-type: none"> • Ein Einbahnstraßensystem würde Gastronomie eher möglich machen • Gewölbe würde vielleicht einen Clubbetrieb möglich machen, da ein anderer (Schatulle, Kellerclub, war unter dem La Rustica in der Innstraße) in der Nähe nach der Flut nicht mehr eröffnet hat
IP 23	<ul style="list-style-type: none"> • Irgendetwas für die Jugend unterbringen: z.B. Tischtennisplatten, Dart, freier Treff für junge Leute, wo man sich auch bewegen kann
IP 24	<ul style="list-style-type: none"> • Etwas für junge Leute: „Jugendtreff“
IP 25	<ul style="list-style-type: none"> • Museum, Dokumentezentrum • Ausstellung für Moderne Kunst (Moderne Kunst gibt es noch nicht in Simbach) • Theaterbühne
IP 26	<ul style="list-style-type: none"> • Lokale gibt es eigentlich genug, aber es wäre trotzdem nur ein Wirtshaus vorstellbar, weil keine Parkplätze vorhanden
IP 27	<ul style="list-style-type: none"> • Ein Lokal wäre schön: z. B. einen Heurigen/Weinlokal • Einzelhandel: Tierbedarf/Modebereich/Trachtenladen