

## Die Innenstadt von Bad Doberan Workshop mit lokalen Gewerbetreibenden



Stadt+Regionalentwicklung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

Bad Doberan, 08. November 2018

– **Protokoll** –

**Dipl.-Geograph Mark Hädicke (Projektleiter)**  
**M.Sc. Städtebau und Ortsplanung Aileen Haack**

# Die Innenstadt von Bad Doberan

Workshop mit lokalen Gewerbetreibenden

## Agenda



### 1. Impulsvortrag

Die Innenstadt von Bad Doberan – Status Quo und Perspektiven



### 2. Workshop

Erarbeitung konkreter Maßnahmen und Projektideen



### 3. Abschluss und Ausblick

# Die Innenstadt von Bad Doberan

## Status Quo und Perspektiven



Stadt+Regionalentwicklung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

**Impulsvortrag im Rahmen des Innenstadt-Workshops**  
Bad Doberan, 08. November 2018

**Dipl.-Geograph Mark Hädicke (Projektleiter)**  
**M.Sc. Städtebau und Ortsplanung Aileen Haack**

# 1. Einzelhandel in Bad Doberan

Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

## Methodik

- Telefonische Befragung von 400 Haushalten in Bad Doberan + Nahbereich
- Repräsentative Stichprobenauswahl
- Befragungszeitraum 25.06. bis 13.07.2018

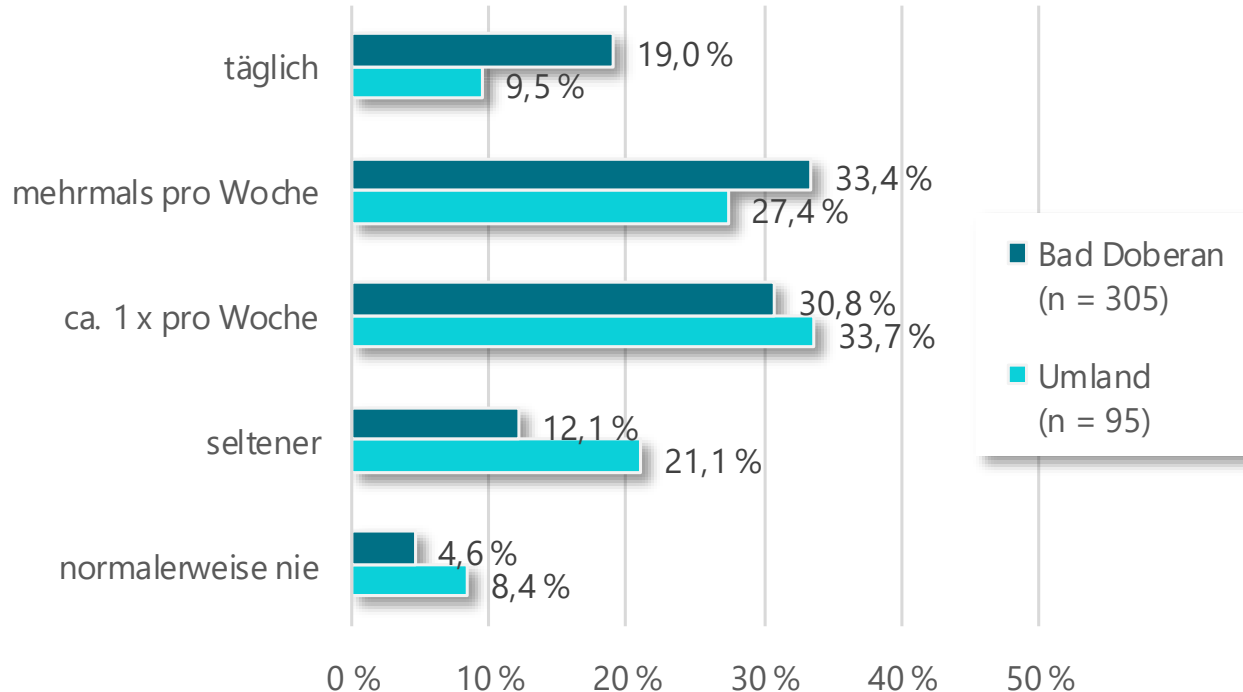


# 1. Einzelhandel in Bad Doberan

Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

## Innenstadt: Besuchshäufigkeit

- „Wie oft suchen Sie normalerweise die Innenstadt von Bad Doberan auf, um dort einzukaufen oder andere Erledigungen zu machen? (nicht Wohnen/Arbeiten)“



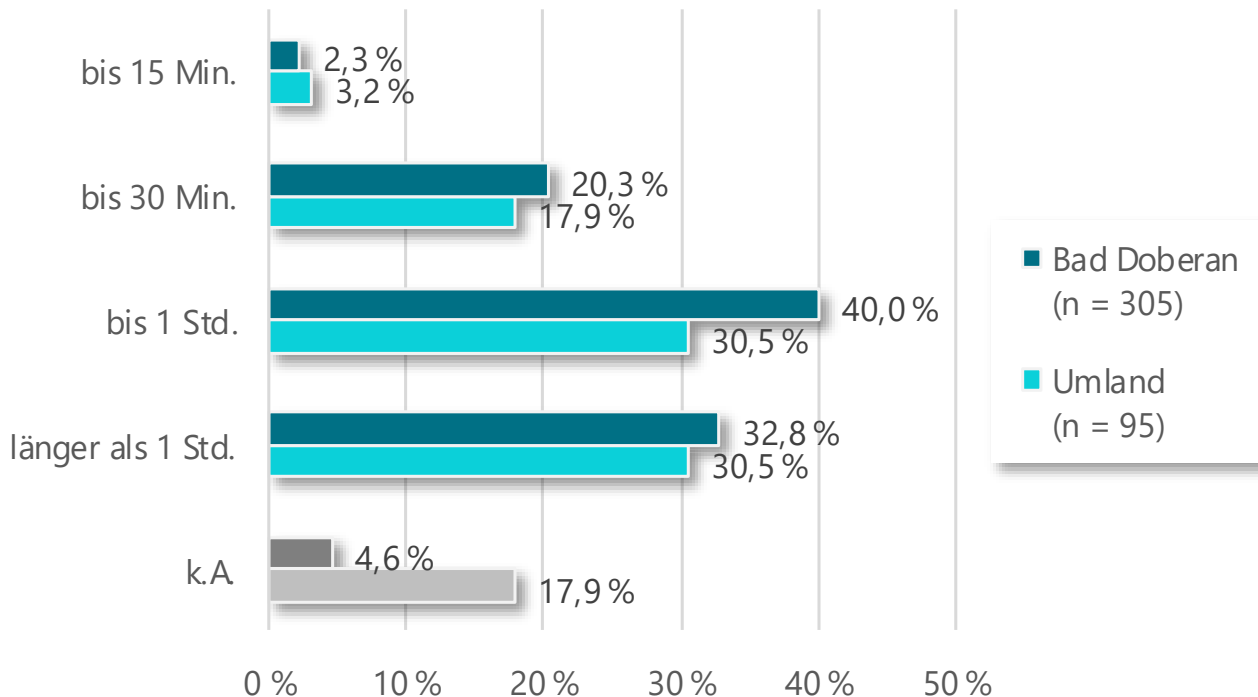
→ 52,5 % der Bad Doberaner und 36,8 % der Umland-Bewohner kommen täglich oder mehrmals wöchentlich in die Innenstadt

# 1. Einzelhandel in Bad Doberan

Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

## Innenstadt: Aufenthaltsdauer

- „Wie lange halten Sie sich normalerweise für Erledigungen in der Innenstadt von Bad Doberan auf?“



→ der Großteil der Befragten (72,8 % bzw. 61,1 %) hält sich länger als 1/2 Stunde in der Innenstadt auf  
→ sehr guter Wert

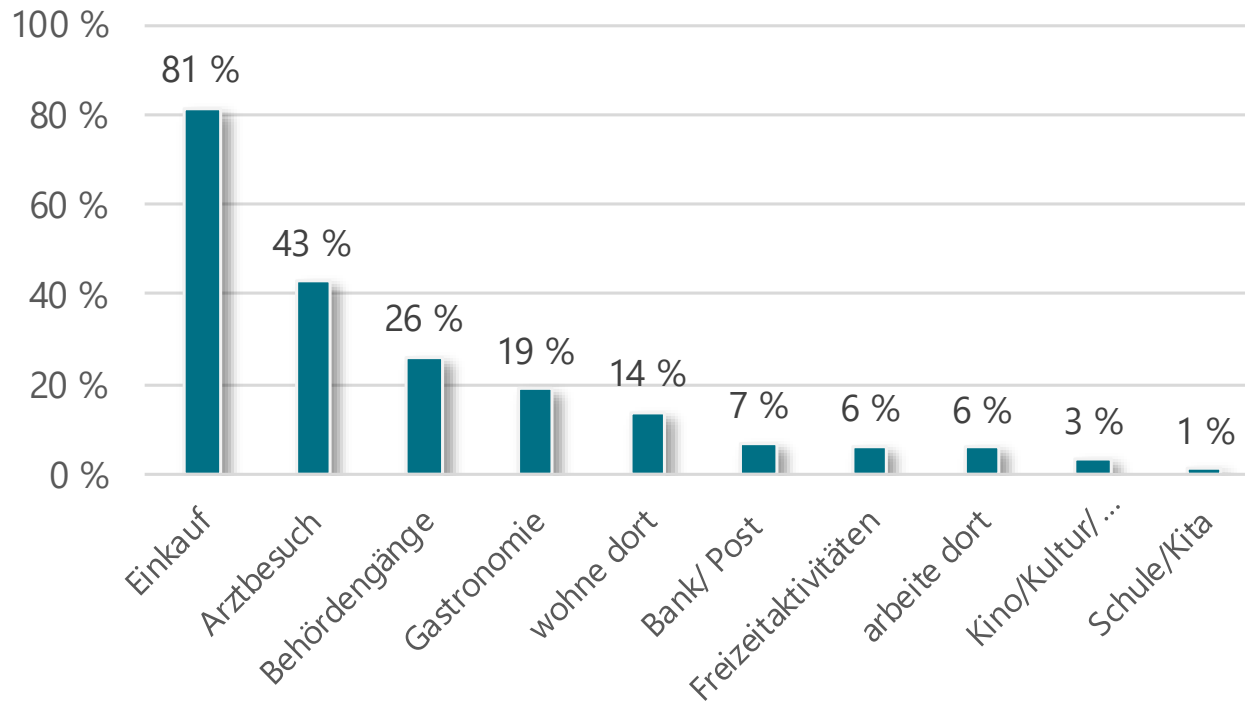


# 1. Einzelhandel in Bad Doberan

Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

## Innenstadt: Besuchsgründe

- „Aus welchen Gründen suchen Sie normalerweise die Innenstadt von Bad Doberan auf?“  
(Mehrfachnennungen möglich)



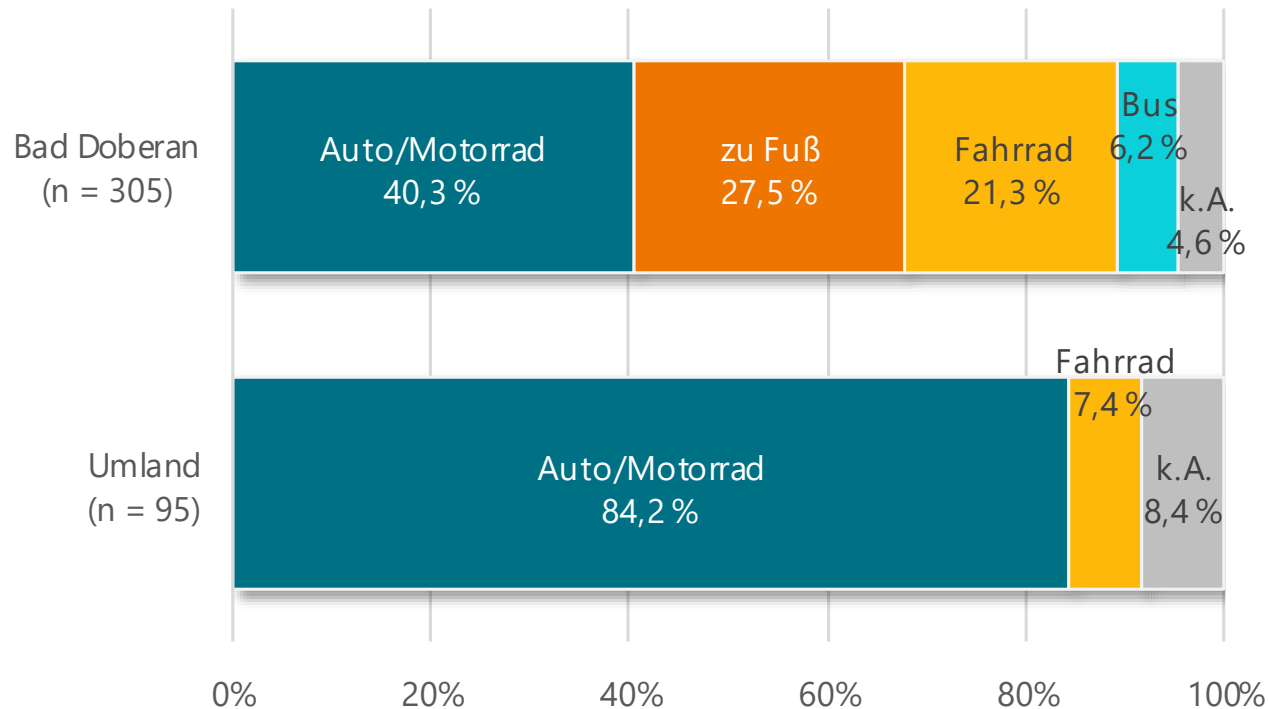
- Einkauf als wichtigstes Besuchsmotiv
- Arztpraxen und öffentliche Einrichtungen (Behörden) haben große Bedeutung für die Innenstadt
- Freizeitaktivitäten (Sport, Spazierengehen/Bummeln, Familie/Freunde/Bekannte treffen) sowie Kino/Kultur/Veranstaltungen kaum von Bedeutung

# 1. Einzelhandel in Bad Doberan

Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

## Innenstadt: Verkehrsmittelwahl

- „Mit welchem Verkehrsmittel kommen Sie normalerweise in die Innenstadt von Bad Doberan?“



→ Relativ geringer MIV-Anteil der Bad Doberaner Befragten

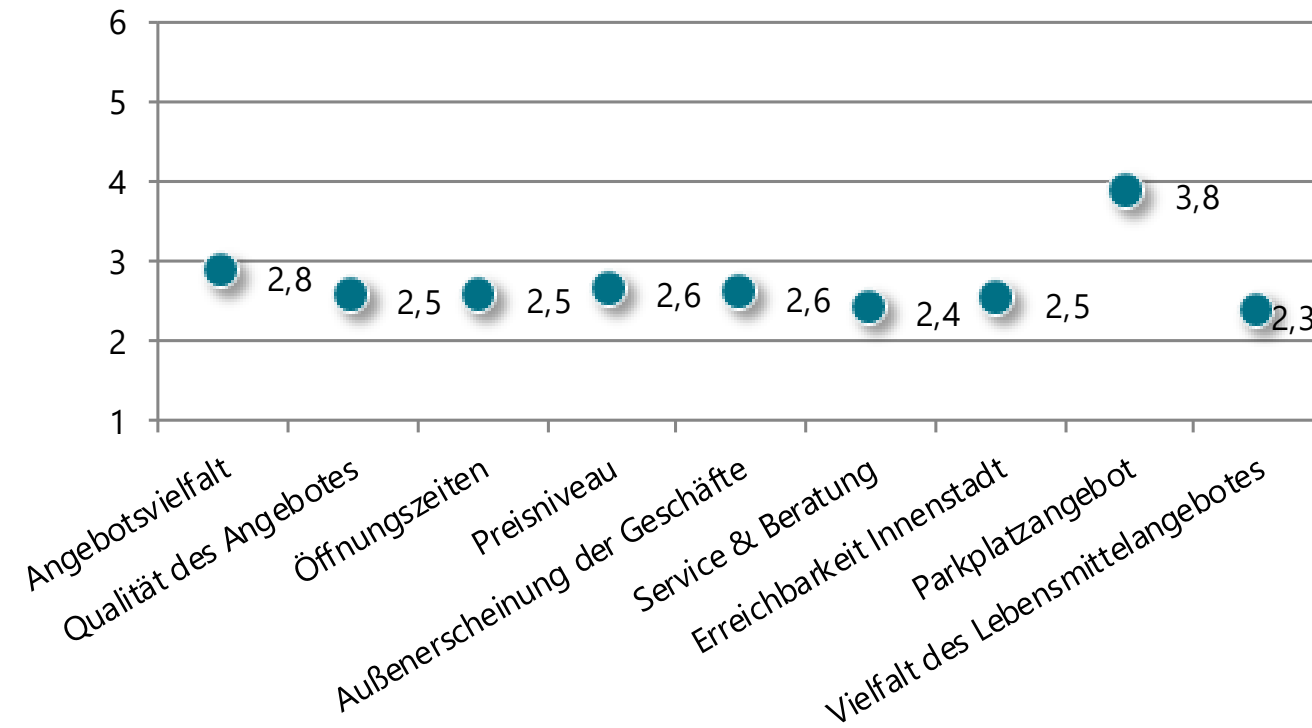


# 1. Einzelhandel in Bad Doberan

Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

## Qualitative Bewertung des Einzelhandels

- „Bitte vergeben Sie für die folgenden Eigenschaften des Einzelhandels in Bad Doberan Schulnoten.“



→ Durchschnittsnote 2,7

→ Beste Bewertung für „Vielfalt des Lebensmittelangebotes“ (2,3) sowie „Service und Beratung“ (2,4)

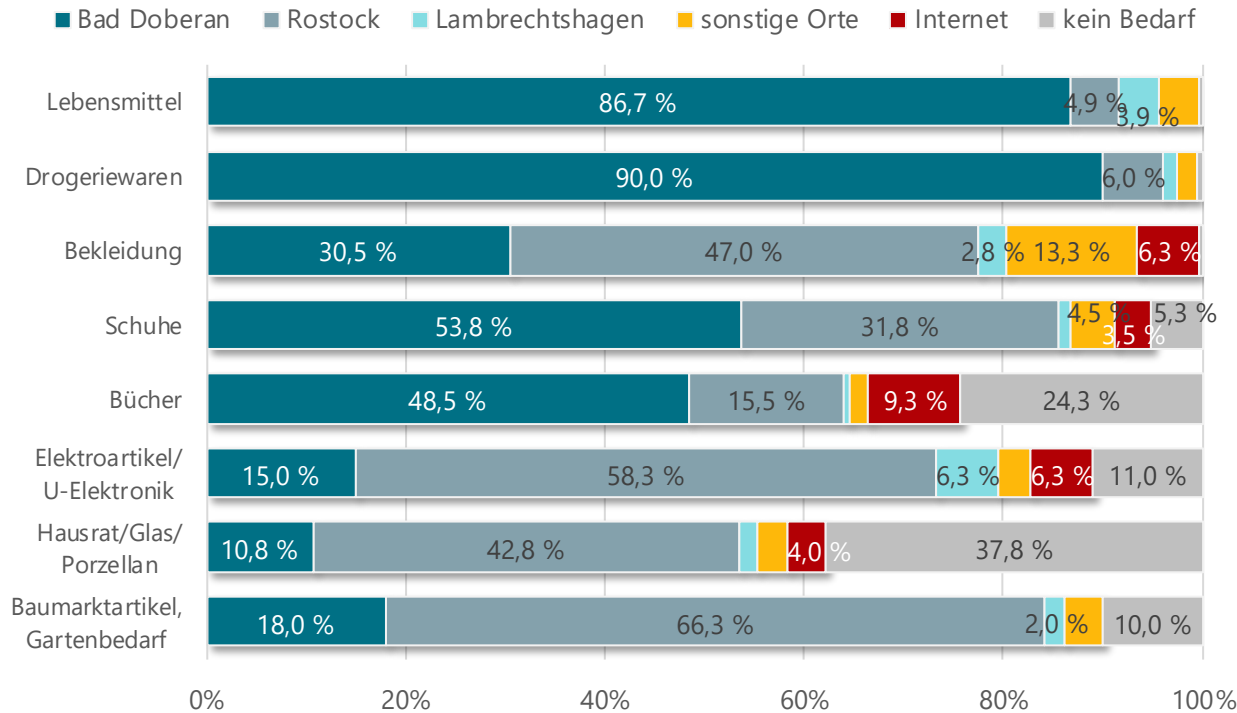
→ Schlechteste Bewertung „Parkplatzangebot“ (3,8)

# 1. Einzelhandel in Bad Doberan

Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

## Haupteinkaufsorte nach Branchen

- „Wo kaufen Sie speziell die folgenden Waren üblicherweise ein? Was ist der Haupteinkaufsort?“



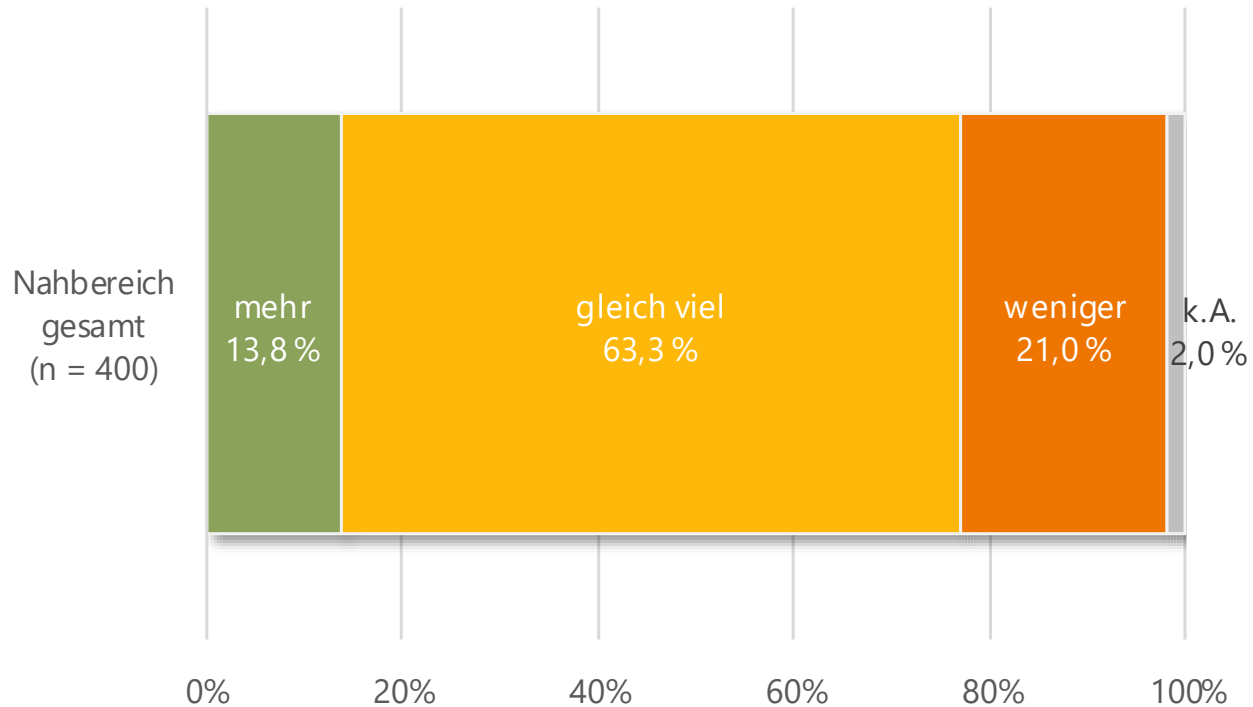
- Starke Fokussierung auf Bad Doberan bei den Waren des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Drogeriewaren)
- Rostock bedeutendster Wettbewerber im aperiodischen Bedarf
- Internet spielt eine vergleichsweise geringe Rolle

# 1. Einzelhandel in Bad Doberan

Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

## Veränderung der Einkaufsorientierung

- „Wenn Sie Ihr heutiges Einkaufsverhalten mit dem vor drei Jahren vergleichen: Kaufen Sie heute mehr, gleich viel oder weniger in Bad Doberan ein als vor drei Jahren?“

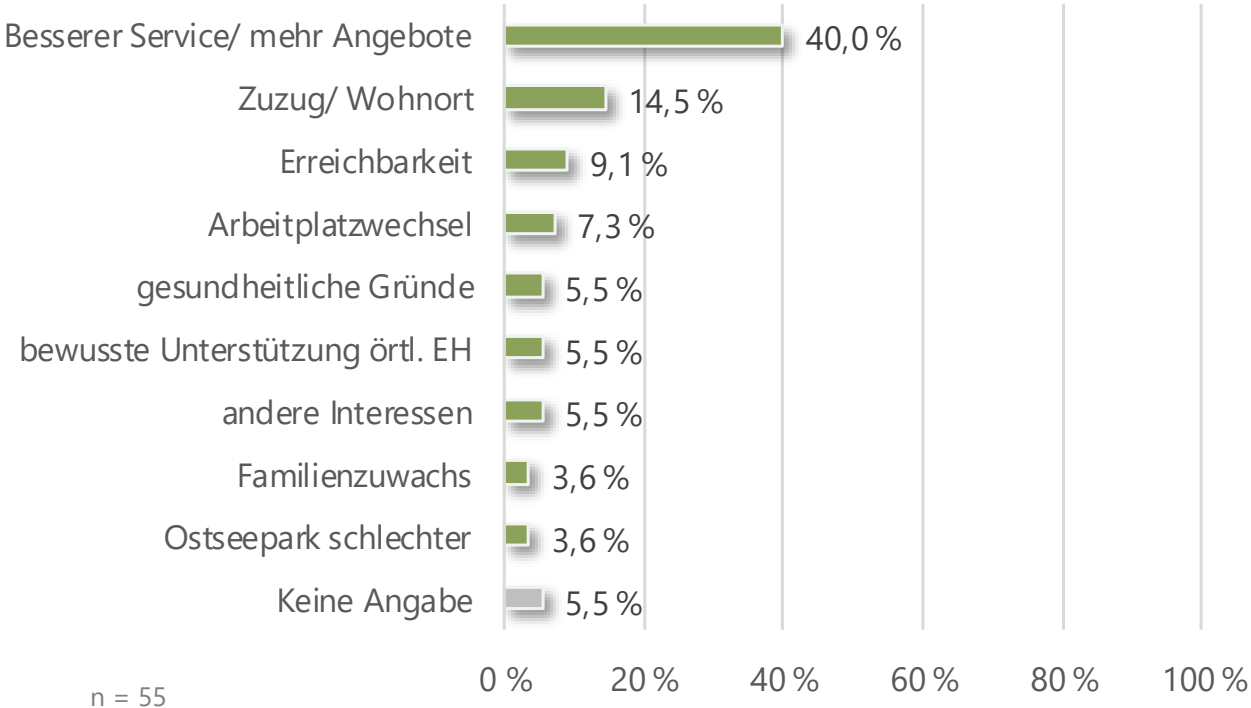


# 1. Einzelhandel in Bad Doberan

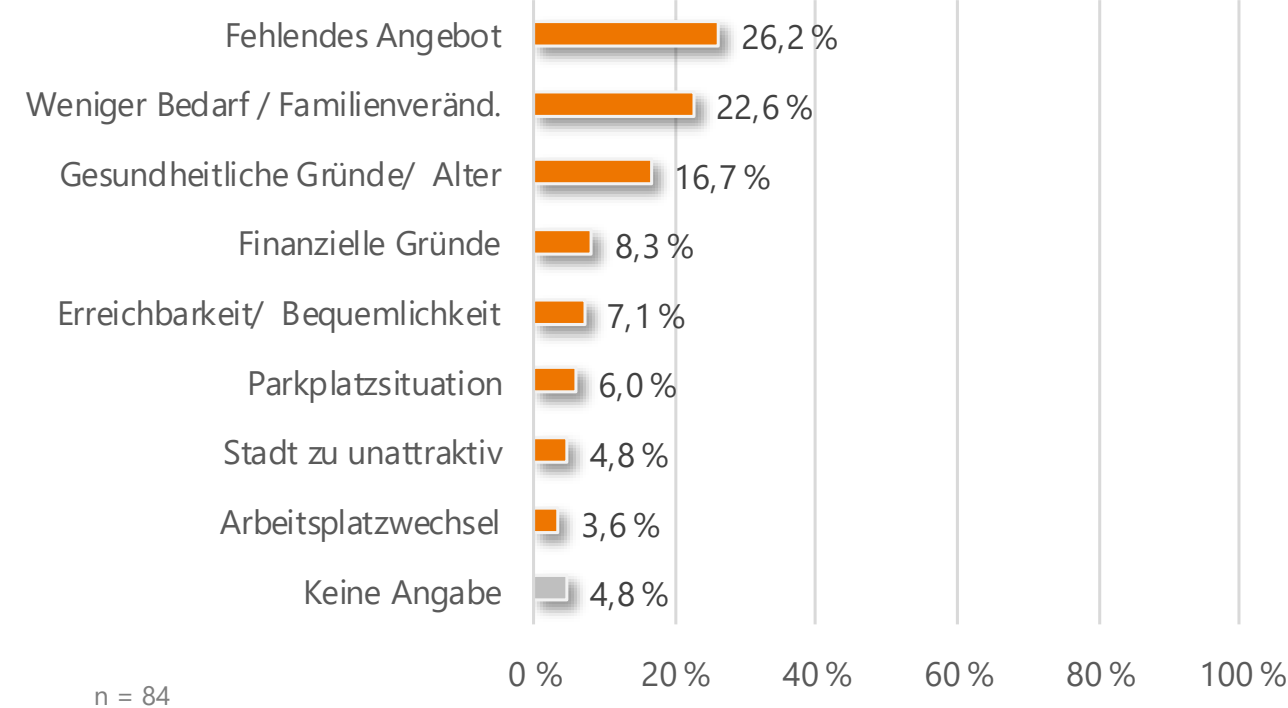
Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

## Hauptgründe für die Veränderung der Einkaufsorientierung

▪ Hauptgrund für „mehr“:



▪ Hauptgrund für „weniger“:

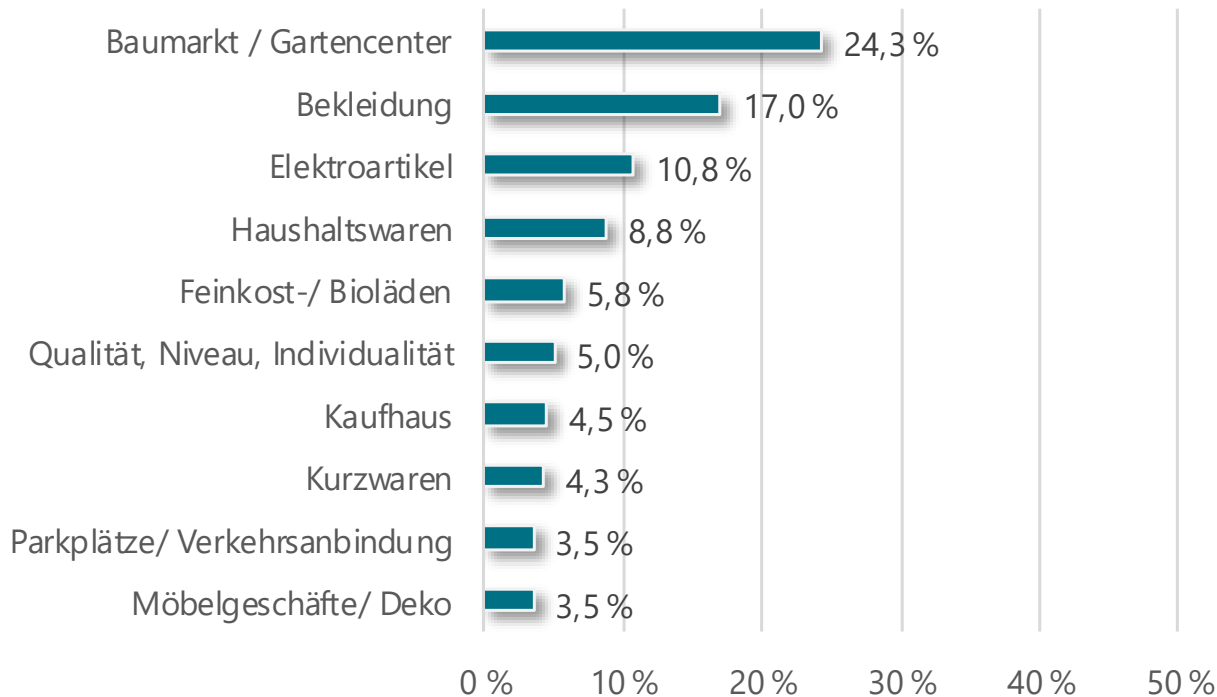


# 1. Einzelhandel in Bad Doberan

Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

## Vermisste Angebote (Top 10)

- „Welche Angebote oder Sortimente vermissen Sie in Bad Doberan?“ (bis zu 3 Nennungen möglich)



- 38,8 % der Befragten vermissen keine Angebote/ sind zufrieden
- viele Innenstadt-relevante Nennungen bei den vermissten Angeboten

# 1. Einzelhandel in Bad Doberan

Kennzahlen der Angebots- und Nachfrageseite

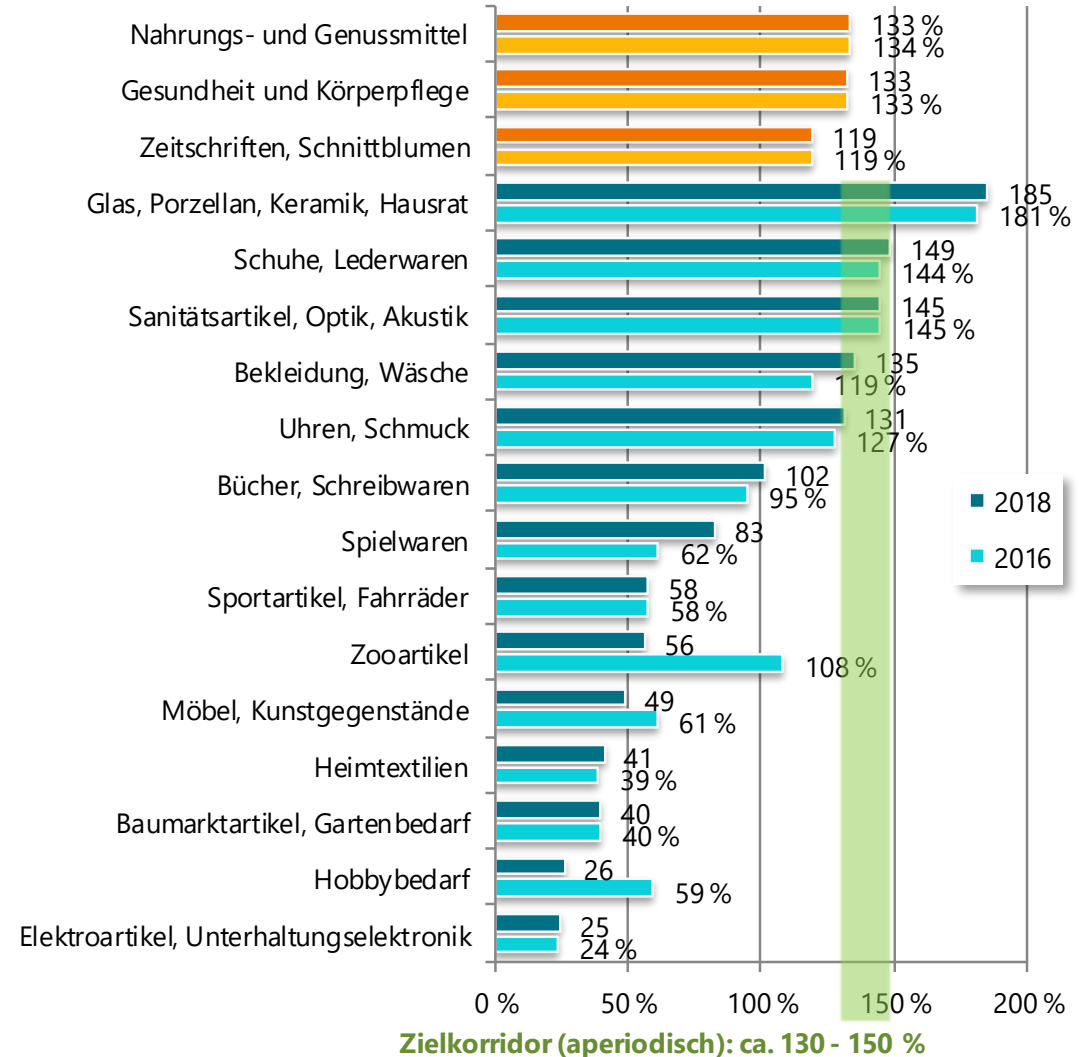
	2016	2018
Anzahl der Betriebe	119	115
Verkaufsfläche	21.925 m <sup>2</sup>	21.640 m <sup>2</sup>
Umsatz	63,7 Mio. €	69,3 Mio. €
EH-Kaufkraft pro Kopf	5.040 €	5.261 €
Bevölkerung	11.853	12.112
Nachfrage gesamt	59,0 Mio. €	63,7 Mio. €
Einzelhandelszentralität	107 %	109 %

# 1. Einzelhandel in Bad Doberan

Kennzahlen der Angebots- und Nachfrageseite

## Einzelhandelszentralitäten

- Zielzentralitäten von rd. 130 bis 150 % weiterhin realistisch (längerfristiges Ziel)
- Umsatzerhöhung durch
  - Reduzierung der Kaufkraftabflüsse
  - Steigerung der Kaufkraftzuflüsse (Umland + Touristen)





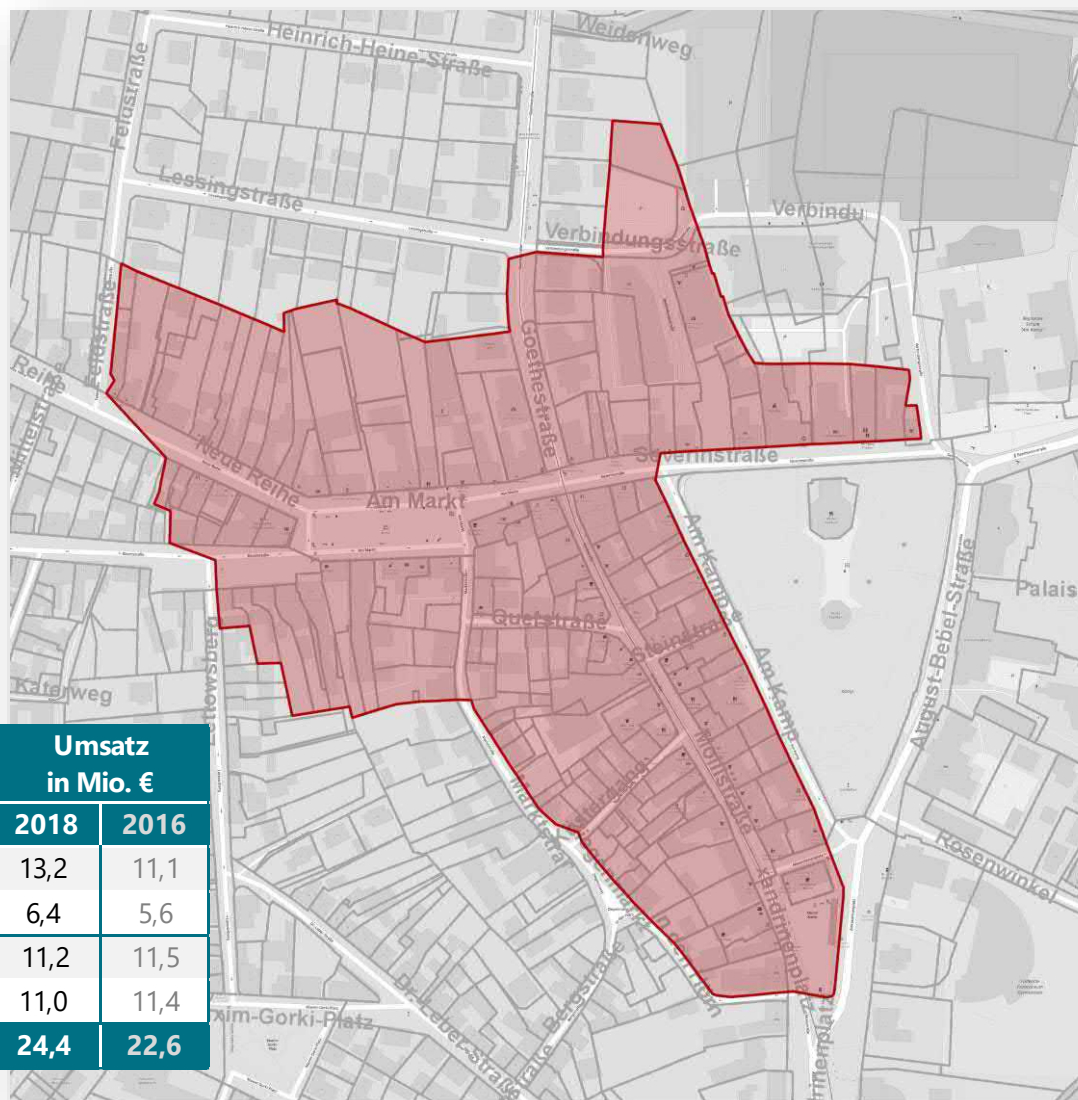
## 2. Die Bad Doberaner Innenstadt

Räumliche Abgrenzung und Kennzahlen

### Hauptzentrum Innenstadt:

- Knapp zwei Drittel aller Bad Doberaner Einzelhandelsbetriebe
- Gut ein Viertel der Verkaufsflächen der Gesamtstadt
- positive Umsatzentwicklung im periodischen Bedarf
- leichter Umsatzrückgang bei den zentrenrelevanten Sortimenten

	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>		Umsatz in Mio. €	
	2018	2016	2018	2016	2018	2016
periodischer Bedarf (gesamt)	20	22	1.830	1.730	13,2	11,1
davon Nahrungs- und Genussmittel	13	14	1.095	1.080	6,4	5,6
aperiodischer Bedarf (gesamt)	54	55	3.980	4.060	11,2	11,5
davon zentrenrelevant	52	54	3.885	3.985	11,0	11,4
<b>gesamt</b>	<b>74</b>	<b>77</b>	<b>5.810</b>	<b>5.790</b>	<b>24,4</b>	<b>22,6</b>



### Legende

- Einzelhandelsbereiche
  - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)
  - Nebenzentrum Kammerhof (ZVB)
  - Fachmarkttagglomeration Walkenhagen
- Sonstige Standorte
  - Wohnortnahe Grundversorgung



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende  
 Flurstücke: Landesamt für innere Verwaltung  
 M-V, Amt für Geoinformation, Vermessung und  
 Katasterwesen  
 Bearbeitung: cima 2018

## 2. Die Bad Doberaner Innenstadt

### Angebotsstrukturen

### Täglicher Bedarf

- NETTO kein echter Lebensmittel-Magnet
- kleine Lebensmittelanbieter wichtig für die Angebotsvielfalt (Bäcker, Fleischer, Reformhaus, Wein & Feinkost, O&G)
- Rossmann als wichtiger Magnet
- Gesundheitsversorgung (Apotheken, Arztpraxen, Gesundheitsleistungen – aber kein Sanitätshaus)





## 2. Die Bad Doberaner Innenstadt

### Angebotsstrukturen

#### innerstädtische Leitsortimente:

- großer Anteil Facheinzelhandel
- große qualitative Spreizung im Bekleidungssegment (Asia-Ramsch, Textildiscounter, markenorientierte Fachgeschäfte)
- hochwertiges Schuhangebot
- kein Sportgeschäft
- zwei Buchhandlungen
- ein Spielwarengeschäft

#### besondere Highlights:

- viele Galerien, Künstler und Kunsthandwerker
- Wochenmarkt



## 2. Die Bad Doberaner Innenstadt

Verkaufsflächenstruktur

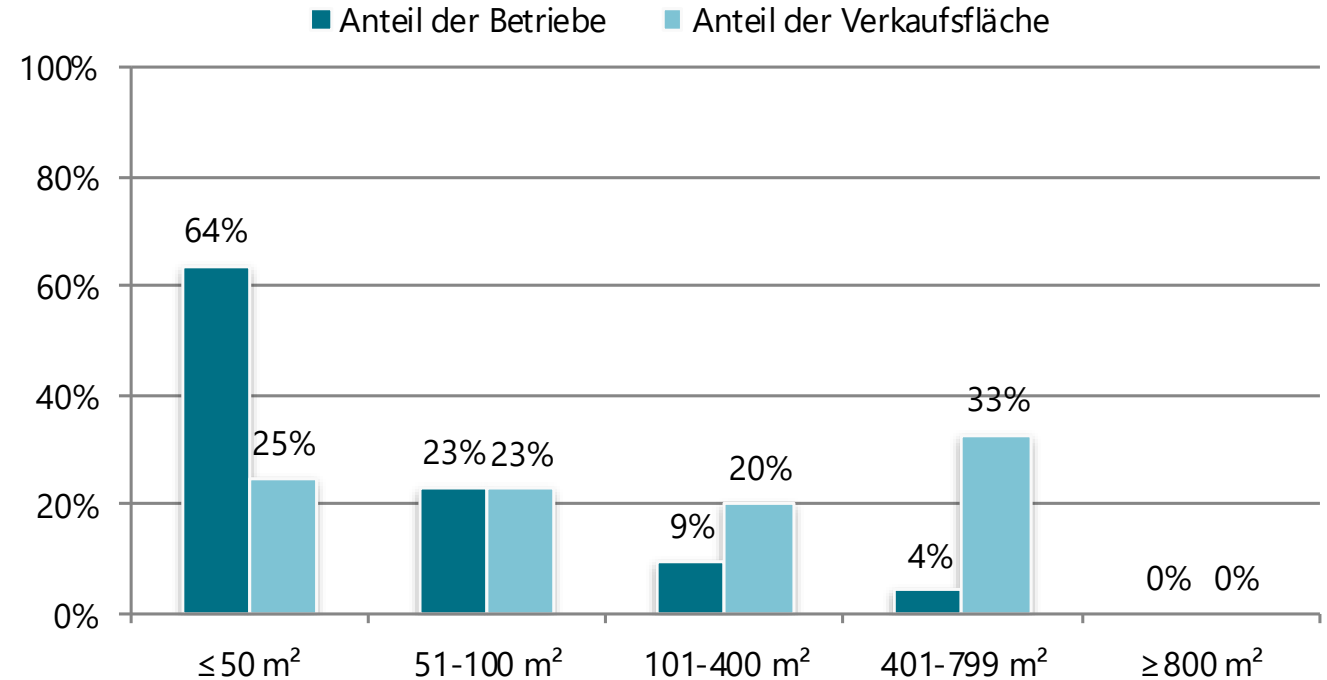
cima.

Die Kleinteiligkeit ist als besondere Stärke Bad Doberans zu sehen

### Betriebsgrößen

- Beinahe zwei Drittel aller Läden höchstens 50 m<sup>2</sup> groß
- 64 von 74 Läden sind höchstens 100 m<sup>2</sup> groß
- Nur zehn Läden größer als 100 m<sup>2</sup> - diese machen aber mehr als die Hälfte der innerstädtischen Verkaufsfläche aus
- Nur drei Läden größer als 400 m<sup>2</sup>
- Kein einziger großflächiger Laden

Doch trotzdem braucht es auch große Magneten





## 2. Die Bad Doberaner Innenstadt

Außenerscheinung der Geschäfte





## 2. Die Bad Doberaner Innenstadt

Außenerscheinung der Geschäfte





## 2. Die Bad Doberaner Innenstadt

### Außenerscheinung der Geschäfte





## 2. Die Bad Doberaner Innenstadt

### Sondernutzungen



## 2. Die Bad Doberaner Innenstadt

Öffnungszeiten

### KTC Rostock:

Stoßzeiten ?

samstags ⇅



### innerstädtisches Fachgeschäft Bad Doberan:

Stoßzeiten ?

samstags ⇅



### Ostseepark:

Stoßzeiten ?

samstags ⇅



### Rossmann Bad Doberan:

Stoßzeiten ?

samstags ⇅



## Zentrale Fragen des Abends:

Wie sollte sich die Innenstadt von Bad Doberan positionieren, um ein attraktiver Einkaufsort für Einheimische und Touristen zu sein?

Wie können die vorhandenen Alleinstellungsmerkmale und Stärken besser und effektiver genutzt werden?

Mit welchen konkreten Maßnahmen kann die Bad Doberaner Innenstadt gestärkt werden?

## Sie sind gefragt, weil ...

- ... Sie die Expert\*innen vor Ort sind.
- ... der Erfolg der Maßnahmen von Ihrem Engagement abhängt.
- ... es ein stetiger Prozess ist, der viel Engagement erfordert.

# Workshop-Teil – Bad Doberaner Innenstadt

Ablauf

## 1. Ist-Situation



Handlungsfelder  
Alleinstellungsmerkmale  
und Stärken  
Handlungsbedarfe und  
Potenziale



Vorstellung durch cima  
Ergänzung im Plenum



30 Minuten

## 2. Arbeitsphase in Kleingruppen



Erarbeitung von konkreten  
Maßnahmen und Projektideen



Arbeit in der Kleingruppe  
Moderation / Betreuung cima



40 Minuten  
Gruppenwechsel nach  
20 Minuten

## 3. Ergebnispräsentation



Vorstellung und  
Zusammenfassung der  
Ergebnisse



Vorstellung durch cima



20 Minuten



### 1. Ist-Situation



Handlungsfelder  
Alleinstellungsmerkmale  
und Stärken  
Handlungsbedarfe und  
Potenziale



Vorstellung durch cima  
Ergänzung im Plenum mit



30 Minuten



# Workshop-Teil – Bad Doberaner Innenstadt

## Ergebnis Ist-Situation

- Die cima hat Stärken und Schwächen der Bad Doberaner Innenstadt vorbereitet und stellt diese einzeln vor
- Das Plenum diskutiert einige Punkte an und ergänzt weitere Aspekte
- Die Stärken und Schwächen werden den beiden Themenfeldern Innenstadt und Angebote und touristische Potenziale zugeordnet
- Diese Punkte dienen als Grundlage für die folgende Arbeitsphase





# Workshop-Teil – Bad Doberaner Innenstadt

Ergebnis Ist-Situation

- Die cima hat Stärken und Schwächen der Bad Doberaner Innenstadt vorbereitet und stellt diese einzeln vor
- Das Plenum diskutiert einige Punkte an und ergänzt weitere Aspekte
- Die Stärken und Schwächen werden den beiden Themenfeldern Innenstadt und Angebote und touristische Potenziale zugeordnet
- Diese Punkte dienen als Grundlage für die folgende Arbeitsphase

## Innenstadt + Angebot

Stärken	Schwächen
Wochenmarkt	Marktplatz ist meistens ungenutzt
Vielfalt an Lebensmittelangeboten	Angebotslücken im aperiodischen Bedarf
Einkauf als wichtiges Besuchsmotiv	kaum/keine Flächen für größere Läden (>800 m <sup>2</sup> )
Galerien, Künstler, Kunsthandwerk	Freizeitaktivitäten sowie Kino/Kultur/ Verant. kaum Grund für Besuch der Innenstadt
Fachgeschäfte, Service & Beratung	Öffnungszeiten
	ÖPNV am Wochenende
	Liefer- und Entsorgungszeiten
	Freiraumgestaltung

## touristische Potenziale

Stärken	Schwächen
Touristen der Ostseebäder	touristische Zielgruppe wird noch nicht voll ausgeschöpft
touristische Ziele (Münster, Kloster)	touristische Ziele liegen außerhalb der Innenstadt
Anbindung durch die Molli	fehlende Impulse für die Molli-Touristen, in die Innenstadt zu gehen
	Mollistraße wirkt nicht wie eine Fußgängerzone

# Workshop-Teil – Bad Doberaner Innenstadt

Arbeitsphase in Kleingruppen und Ergebnispräsentation

## 2. Arbeitsphase in Kleingruppen



Erarbeitung von konkreten  
Maßnahmen und Projektideen



Teilnehmer\*innen wurden  
in 2 Gruppen aufgeteilt  
Moderation / Betreuung: cima



40 Minuten  
Themenwechsel nach  
20 Minuten

## 3. Ergebnispräsentation



Vorstellung und  
Zusammenfassung der  
Ergebnisse aus der  
Gruppenarbeit



Vorstellung durch cima,  
Diskussion einzelner  
Punkte mit dem Plenum



20 Minuten

# Workshop-Teil – Bad Doberaner Innenstadt

## Übersicht über die Maßnahmenideen der Kleingruppen

Dies ist eine Zusammenfassung der im Workshop erarbeiteten und diskutierten Maßnahmen.  
Die Maßnahmevorschläge werden in Form eines Maßnahmenkatalogs in die Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts eingearbeitet.

- **Öffnungszeiten:** Anpassung, besonders am Samstag → einheitlich, transparent und verlässlich
- **Märkte, Feste, Events:** Weihnachtsmarkt, Kunsthandwerkermarkt am Sonntag auf dem Markt (kostenlos für Aussteller); großflächige Einbeziehung attraktiver Flächen (Alexandrinenhof, Mollistraße, Klostergelände, Markt, ...), kulturelle Aspekte der Hinterhöfe → Unterstützung bei der Planung und Organisation durch die Stadt (bspw. durch Citymanager\*in), Stadt finanziert die Werbung; verkaufsoffener Sonntag als Event
- **Marktplatz:** beleben durch Ästhetik und Qualität des Wochenmarktes, Veranstaltungen, Stadtfeste, Weihnachtsmarkt, Kunsthandwerkermarkt → dabei die umliegenden Händler\*innen mit einbeziehen; Markthalle
- **Anbindung und Parken:** Fahrradstellplätze, Fahrradverleih mit einfachem System, Parkplätze besser organisieren, Parkpalette für Angestellte der Geschäfte nutzen, Bezahlssystem ändern, Gratis-Shuttle Moorbad-Innenstadt-EKZ, Kostenloses Parken am Wochenende → Themen, die vor allem im Verkehrskonzept bearbeitet werden müssen
- **Gestaltung:** Beleuchtung in der Innenstadt mit Konzept, Bänke und Ruhepunkte in der Innenstadt, Kinderzonen, Weihnachtsstimmung in die Stadt bringen
- **Beschilderung:** Erneuerung der Beschilderung mit neuem System und Zielen, Routen (nach Themen, bspw. mit farbigen Kacheln) durch die Innenstadt

# Workshop-Teil – Bad Doberaner Innenstadt

## Übersicht über die Maßnahmenideen der Kleingruppen

Dies ist eine Zusammenfassung der im Workshop erarbeiteten und diskutierten Maßnahmen.  
Die Maßnahmevorschläge werden in Form eines Maßnahmenkatalogs in die Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts eingearbeitet.

- **Unterstützung der Eigentümer\*innen bei der Auswahl und dem Finden geeigneter Mieter\*innen:** Bestandsliste der Läden mit Branchen und Sortimenten: Welche Lücken gibt es um einen guten Branchenmix zu realisieren? Immobilieneigentümer\*innen und Vermieter\*innen mit einbeziehen → Leerstände reduzieren und Qualität steigern
- **Infopunkte:** Kleine Touristeninfopunkte in der Innenstadt durch Händler\*innen etablieren, größere (Willkommensschilder) an Molli-Haltestellen, am Markt, am EKZ-Parkplatz, Willkommensmappen für Kurgäste
- **Wettbewerbsvergleich:** Stadtvertreter\*innen besuchen vergleichbare Städte außerhalb von M-V, analysieren, begutachten, sammeln Ideen → Was funktioniert wo anders/besser und warum?
- **Städtische Beschaffungen und Dienstleistungen:** konsequent in Bad Doberan tätigen
- **Vorstellung der Gewerbetreibenden der Innenstadt:** durch die Presse, bspw. wöchentliche Vorstellung in der Zeitung
- **Abschaffung der Abgabe für Flächen vor den Ladengeschäften**
- **Stadt unterstützt den Einzelhandel mit einem Jahresbudget für Maßnahmenpaket:** einsetzbar für verschiedene Maßnahmen; Einnahmen aus der Kurtaxe sollen zu 100 % der Förderung zu Gute kommen

### Die Stadt soll sich klar zur Innenstadt bekennen

Die Aussagen im Einzelhandelskonzept sollen klar formuliert sein, damit für die Innenstadt-Akteure Planungssicherheit geschaffen wird.

### Weitere Dezentralisierungen sollen im Einzelhandelskonzept kritisch hinterfragt werden

Im Rahmen der weiteren Bearbeitung zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes soll geprüft werden, ob durch eine B-Plan-Änderung ein Ausschluss von innenstadtrelevanten Sortimenten an der Nienhäger Chaussee/ Kammerhof erfolgen kann. Es soll kritisch hinterfragt werden, ob in diesem Bereich die Ausweisung eines weiteren zentralen Versorgungsbereichs planerisch sinnvoll ist. Aus den Festsetzungen muss hervorgehen, was an diesem Standort zulässig ist und was nicht, damit für die Innenstadthändler\*innen Planungssicherheit besteht.

### Verkehr muss mitgedacht werden

Die Bewertung in der Befragung zeigt, dass das Thema behandelt werden muss (Parken = schlechteste Benotung mit 3,8). Das bedeutet, dass das parallel erarbeitete Verkehrskonzept auf die Belange der Innenstadt und der Gewerbetreibenden eingehen muss. Die Themen Parken und Fahrradstellplätze sollten hier vertieft behandelt werden, damit Lösungen geschaffen werden können.

- **Stadtverwaltung und Gewerbetreibende („Wir sind Doberan“)** haben vereinbart, künftig regelmäßig gemeinsame Treffen durchzuführen und die Umsetzung erster Maßnahmen aus dem Workshop gemeinsam anzugehen.
- Die cima arbeitet die im Workshop erarbeiteten Maßnahmenvorschläge in Form eines Maßnahmenkatalogs aus und fügt diesen in den Entwurf zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ein
- Die cima erörtert in Abstimmung mit der Stadtverwaltung, welche der Anregungen/ Wünsche aus dem Plenum in den Entwurf zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes eingearbeitet werden sollen
- Die Stadt wird den überarbeiteten Entwurf zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes an „Wir in Doberan“ senden, das Netzwerk übernimmt die weitere Verteilung an die Innenstadtakteure und Händler\*innen

# Teilnahmeliste

Workshop im Bad Doberaner Rathaus, 08.11.2018, 18:15-20:45 Uhr

#	Institution	Name
1	Besser Hören – Herden	Beate Herden
2	BG Immobilienservice	Stephanie Zajonc
3	Blumen Bade	Christina Bade-Markgraf
4	De Duvenschlag	Diana Dowe
5	Die Maschen-WerkStatt	Jenny Formanowitz-Grunewald
6	Drei Haselnüsse	Jeanette Polzin
7	Edda's Tee-Lädchen	Lutz Hinze
8	EDEKA Wegner	Detlef Wegner
9	EDEKA Wegner	Sandra Wegner
10	Ernestine B.	Andrea Oswald
11	feinart	Amina K. Appelt
12	Fleischerei Hackendahl	Antje Hackendahl
13	Froschkönig	Gabriele Mohr-Frigge
14	Froschkönig	Günther Mohr
15	Gothaer Versicherung	Roswitha Bock-Kraft
16	Handelsverband Nord	Tino Beig
17	Inpetto Mode	Angelika Piefke
18	Inpetto Mode	Nicole Piefke

#	Institution	Name
19	Kronke GmbH	Ina Behnke
20	Meerwerk	Sabrina Brauer
21	Molli Apotheke	Thomas Schult
22	Newtown Projektentwicklung	Heiko Anker
23	Ostseesalzgrotte	Martina Haase
24	Presse-Lotto-Geschenke	Katrin Schwede
25	Quick Schuh	Ralf Binning
26	Schuhhaus Boock	Claudia Timm
27	Supermärkte Nord	Matthias Danert
28	Stadtvertreter	Hartmut Polzin
29	Zickenstall	Sanda Boock
30	Zweirad Harder	Marko Harder
31	-	Bastian Strahlmann
32	Stadt Bad Doberan, Bürgermeister	Thorsten Semrau
33	Stadt Bad Doberan, Amtsleiter Stadtentwicklung	Norbert Sass
34	Stadt Bad Doberan, Tourist-Info	Franziska Kreutzfeld
35	CIMA Beratung + Management GmbH (Moderation)	Aileen Haack
36	CIMA Beratung + Management GmbH (Moderation)	Mark Hädicke





**Vielen Dank für Ihre Teilnahme!**

Weitere Informationen zur cima und unseren Projekten finden Sie auf unserer Homepage:

[www.cima.de](http://www.cima.de)

Meinungen, Fachexpertisen und interessante Neuigkeiten gibt es zudem auf:

[blog.cima.de](http://blog.cima.de)