

[drucken](#)[versenden](#)[kommentieren](#)

Mit Service und Kundenorientierung Umsätze zurückholen

Von Steffan Maurhoff

Kraichgau - Der Einzelhandel in der gesamten Region bekommt es zu spüren: Die Bürger lassen ihr Geld nur bedingt in den hiesigen Geschäften liegen, tragen es gern über die Regionsgrenzen oder geben es im Internet aus. Doch die Städte und Gemeinden als Einzelhandelsstandorte müssen dem nicht tatenlos zuschauen.

Das beweist jener Trend, den die Industrie- und Handelskammer Heilbronn-Franken (IHK) in ihrer jüngsten Kaufkraftanalyse für die Region der Kurstadt Bad Rappenau bescheinigt. Demnach hat sich 2009 die Zentralitätsfunktion in einigen Unterzentren deutlich gesteigert, etwa in Bad Rappenau, in Bad Friedrichshall, Lauffen oder Weinsberg.

Gemessen wird das an der Einzelhandelszentralität, eine Messgröße, die Auskunft gibt über die Versorgungsfunktion des Einzelhandels. Der Index in der Kaufkraftanalyse 2009 liegt für Bad Rappenau bei 75,9, für Eppingen bei 71,8 - die Kreisstädte im Wettlauf. Die Kaufkraft der Städte ist mit je 109 Millionen Euro gleich hoch. Festgehalten hat die IHK die sogenannte einzelhandelsrelevante Kaufkraft als Teil der allgemeinen Kaufkraft, die für den Einzelhandel zur Verfügung steht. Diese Kennziffer kann als Nachfragepotenzial für den Einzelhandel einer Region oder Gemeinde betrachtet werden.

Bezogen auf die Kaufkraft je Einwohner hat Bad Rappenau allerdings die Nase vorn: In der Kurstadt können pro Kopf 5243 Euro jährlich ausgegeben werden, in der Fachwerkstadt 5077 Euro.

Dass Bad Rappenau seine Zentralitätsfunktion gesteigert hat, kommt nicht von ungefähr. Die IHK-Untersuchung kommt zum Ergebnis, dass jene Unterzentren, die sich in dieser Hinsicht gesteigert haben, dies vor allem durch Ansiedlung von Lebensmittel- und Verbrauchermärkten konnten. Eppingen ist dabei, aufzuholen. Hier wird bekanntlich in diesem Jahr der erweiterte Handelshof beim Bahnhof eingeweiht - als bundesweit einmaliges Projekt.

Die IHK schreibt den Einzelhändlern in der Region in jedem Fall ins Stammbuch, sich Umsätze aus angrenzenden Regionen zurückzuholen. Ganz vorn bei den Erfolgsfaktoren stünden dabei Service und Kundenorientierung und für die Standorte ein gemeinsames Stadtmarketingkonzept. Kommunen wie Händler sollen sich verstärkt mit Themen wie Erlebnis, Komfort, Bequemlichkeit und Service auseinandersetzen.

04.01.2010

[Jetzt zwei Wochen die Tageszeitung testen!](#)

[drucken](#)[versenden](#)[kommentieren](#)

Kommentare

Kommentare

zu diesem Artikel sind keine Kommentare vorhanden

Ihre Meinung zum Thema

Um Artikel kommentieren zu können, müssen Sie eingeloggt sein.
Jetzt kostenlos Community-Mitglied werden und mitmachen!

Benutzername

Passwort

Login

[Noch keinen Zugang?](#)
[Jetzt kostenlos registrieren!](#)

Mehr auf stimme.de

- » [Mit Service und Kundenorientierung Umsätze zurückholen - 04.01.2010](#)
- » [Volksbank Kraichgau verabschiedet Vorstandsvorsitzenden Wolfgang Bartsch - 30.12.2009](#)

- » [Dieffenbacher ehrt Mitarbeiter - 29.12.2009](#)
 - » [Endspurt für Sonnenstrom - 29.12.2009](#)
 - » [Vorstandsvorsitzender geht in Ruhestand - 19.12.2009](#)
 - » [Lob für den Teamgeist - 17.12.2009](#)
-