



**Revitalisierung von Dorfzentren und Innenstädten**

# Standorte attraktiver machen

**Strategien  
für den Angebots- und Dienstleistungs-Mix**

Referat Peter Cammerer, immo suisse, Wollerau SZ  
für SVSM Academy 2008, 12. Juni 2008  
Hochschule für Wirtschaft, Sihlfhof Zürich

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b>	<b>2</b>
<b>Zieldefinition</b>	<b>4</b>
<b>Aktuelle Tendenzen</b>	<b>5</b>
<b>Die 6 Erfolgsfaktoren</b>	<b>6</b>
<b>Strategie – Entwicklung</b>	<b>16</b>
<b>Allgemeine Forderungen</b>	<b>21</b>
<b>Angebotsmix</b>	<b>23</b>
<b>Strategien</b>	<b>26</b>

# 1. Einleitung

Dorf- und Stadtzentren sind kultureller und kommerzieller  
Mittelpunkt

Ziele sind:

Erhaltung der städtischen Strukturen

Zentrumslagen als Erlebnisraum gestalten

Prosperität von Handels- und Dienstleistungsunternehmen

Erhalt von Arbeitsplätzen

**Nur wir haben die Zukunft unserer Städte in der Hand !**

## 2. Zieldefinition

### Standorte attraktiver machen

#### Strategieentwicklung zur

- Strukturellen Verbesserung
- Leerstands-beseitigung
- Attraktivitätssteigerung



## 3. Aktuelle Tendenzen

### Die auffälligsten Tendenzen im Detailhandel

- Stetige Zunahme an Verkaufsflächen bei sinkenden Umsätzen (Sinkende Flächenproduktivität)
- Grüne - / Graue Wiese Entwicklungen speziell bei Food-Anbietern
- Verlust der Zentrumsfunktion für kleine und mittlere Orte und Städte
- Trading-Down-Effekte
- Wandel von inhabergeführten Geschäften hin zu Filialbetrieben
- Monokultur der Marken
- Steigende Mobilitätsanforderungen
- Polarisierung Versorgungseinkauf - Erlebniseinkauf
- Verdrängung des Individualverkehrs (Parkplatznot, Road-Pricing)

## 5. Strategie-Entwicklung

1. **Standortanalyse**



2. **Potentialanalyse**



3. **Strategie-Fixierung**



4. **Umsetzung**

## 5. Strategie-Entwicklung

### 1. Standortanalyse

- a. Erfassung der Soziodemographischen Daten
- b. Untersuchung der relevanten Standortfaktoren- und Qualitäten
- c. Strukturanalyse des Detailhandels- und Dienstleistungsangebot
- d. Frequenzzählungen
- e. Keypläne
- f. Warensortiments-Analyse
- g. Konkurrenzstandorte, Nachbargemeinden, Regionales- und überregionales Einzugsgebiet
- h. Besonderheiten

## 5. Strategie-Entwicklung

### 2. Potentialanalyse

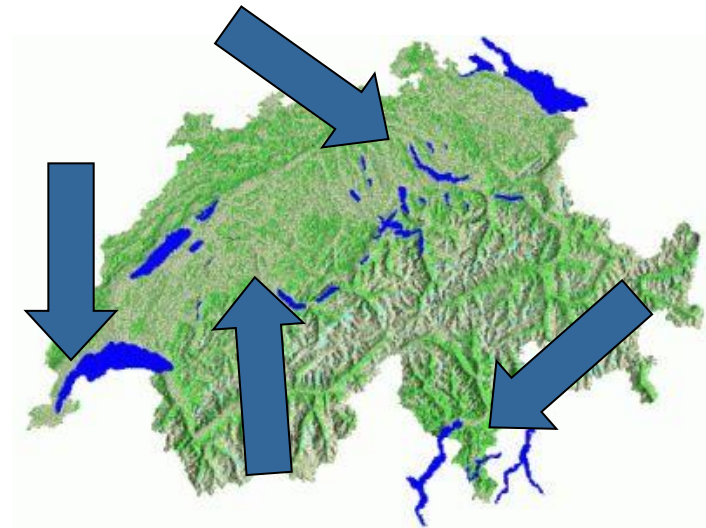
- a. Detaillierte und objektive Untersuchung des vorhandenen Detailhandels- und Dienstleistungsangebots
- b. Befragungen des Marktes und der Akteure und Auswertung
- c. Workshops mit Teilnehmern aus Politik, Handel und Gewerbe
- d. SWOT-Analyse (Stärken - Schwächen & Chancen - Risiken)
- e. Ermittlung des effektiven Potentials



## 5. Strategie-Entwicklung

### 3. Strategie - Fixierung

- a. Ermittlung der kurz-, mittel- und langfristigen notwendigen Strategien
- b. Positionierung festlegen / USP's
- c. Massnahmenpakete erarbeiten
- d. Zeit- und Zielplan festlegen
- e. Kommunikation und Präsentation der Ergebnisse



## 5. Strategie-Entwicklung

### 4. Umsetzungs-Phase

- a. Realisierung des Massnahmenpakets im vorgesehenen Zeit- und Zielplan
- b. Ständiges Controlling der einzelnen Massnahmen
- c. Regelmässiges Monitoring mit allen Akteuren
- d. Individuelle Anpassungen während des Prozesses vornehmen und falls notwendig Korrekturen vornehmen

## 7. Angebotsmix - Dienstleistungen

Zum Dienstleistungsangebot zählen folgende Angebote (Auszug):

- Bank
- Blumenladen
- Copyshop
- Kiosk
- Post
- Reisebüro
- Schlüssel- und Schuhservice
- Kundenkarten / Kundenbindungsprogramme



**Die Visionen unserer Kunden  
sind unsere Mission.**



**immo suisse gmbh  
Felsenstrasse 48a 8832 Wollerau  
Tel. 043 888 90 94 E-Mail [info@immosuisse.ch](mailto:info@immosuisse.ch)  
[www.immosuisse.ch](http://www.immosuisse.ch)**