

# Monitoring für die Einkaufsstadt Rheine und Möglichkeiten der Ausweitung

Sitzung der Strategie- und  
Finanzkommission am 3. August 2009

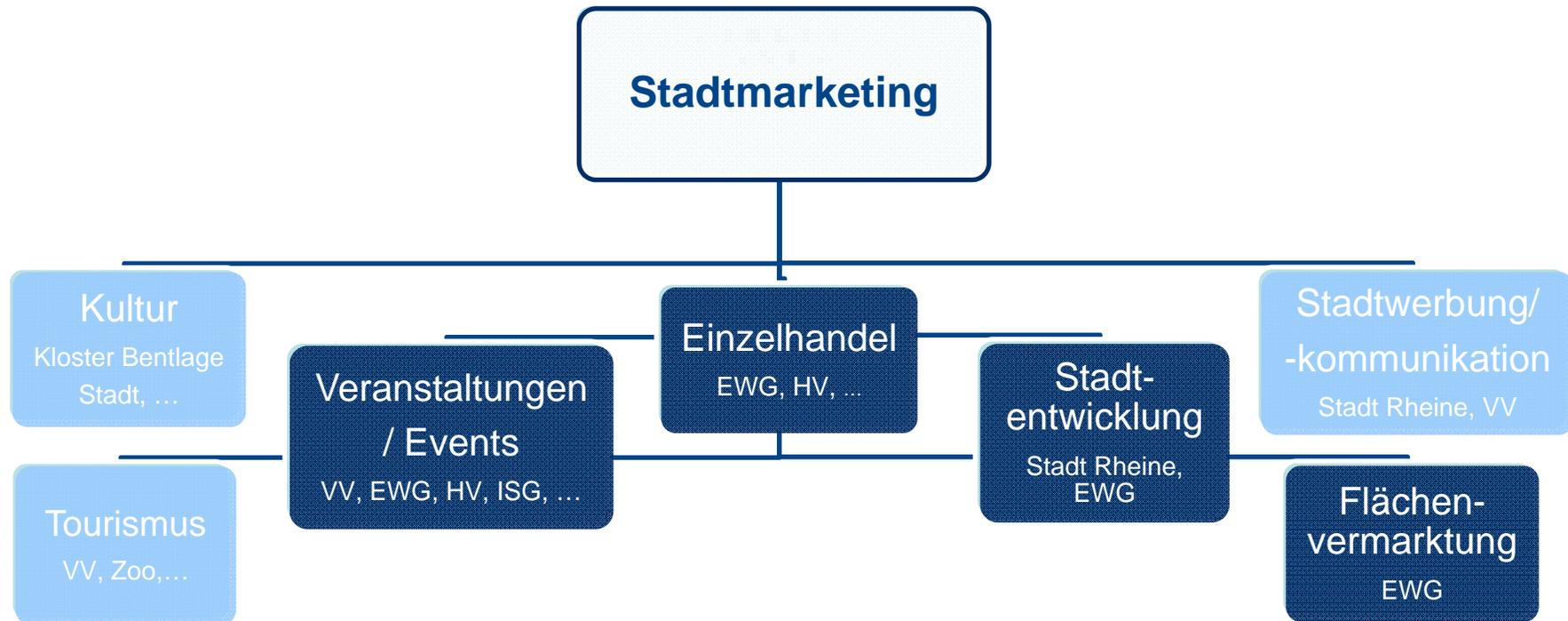


Ein Workshop zum Thema „Einzelhandel, Innenstadt, Marketing“ im Mai bei der EWG ergab eine große Übereinstimmung der Akteure

**Ergebnisse des Workshops „Einzelhandel, Innenstadt, Marketing“ mit Vertretern der Stadtverwaltung, EWG, Handelsverein, Innenstadtverein, Verkehrsverein und den Fraktionsvorsitzenden am 7. Mai im Wirtschaftskontor laut Protokoll:**

1. Ein umfassendes Monitoring von Stadtmarketingaktivitäten sollte durchgeführt werden.
2. Für eine verbesserte Vermarktung der Stadt Rheine sind zukünftig weitere Gelder bereit zu stellen.
3. Hinsichtlich der Thematik: Verbesserte Vernetzung der Stadtmarketingaktivitäten/ Bedarf Fachmann/Experte verständigen sich die Teilnehmer darauf, zunächst Kontakte zu möglichen Beratungseinrichtungen herzustellen und Angebote einzuholen.  
(Ein Angebot von ExperConsult liegt jetzt vor).

Verschiedene Akteure in Rheine besetzen gegenwärtig Teilbereiche des Stadtmarketing, ein gemeinsames Monitoring fehlt bisher



Die EWG ist im Citymanagement aktiv und entwickelt diesen Bereich u.a. durch ein umfassendes Controlling- und Monitoringsystem weiter

### **Aufgabenbereiche der EWG für die Einkaufsstadt Rheine**

- Koordination / Steuerung
- Aktives Ladenflächenmanagement
- Profilierung der Einkaufsstadt Rheine
- Projekte zur Innenstadtentwicklung
- Aufbau eines Monitoringsystems

Ein umfassendes System für die Beobachtung und Erfolgsmessung für die Einkaufsstadt umfasst neben regelmäßigen Befragungen von Haushalten in der Stadt Rheine und Umgebung (Einzugsgebiet) auch eigene umfangreiche Marktanalysen zum Einzelhandelsstandort.

Mit der laufenden EWG-Haushalts- und Umlandbefragung vergleichbare Erhebungen werden von externen Unternehmen für ca. € 70.000 angeboten

- Die Durchführung einer **umfangreichen empirischen Analyse** des Standortes Rheine sowohl im Kern- als auch im Nah- und Ferneinzugsgebiet von Rheine durch eine externe Forschungs- und Beratungsgesellschaft wird für ca. € 70.000 angeboten. (vgl. vorliegendes Angebot START Forschungs- und Beratungsgesellschaft mbH vom 08. Juni 2009)
- Eine detaillierte Darstellung des Kostenrahmens für Konzeption, Durchführung und Aufbereitung eines umfassenden Monitoringsystems als Daten- und Entscheidungsbasis für ein „integriertes Stadtmarketing“ ist aufgrund der Vielzahl einzelner empirischer Teilanalysen sowie Interessenslagen schwer möglich.
- Für die Konzeption einer aller Teilaspekte umfassenden Marktanalyse ist eine intensive Vor-Ort-Betreuung unumgänglich, deren Umfang nur schwer zu kalkulieren ist. (Workshops, etc. / Tagessatz/Person = € 1.100)

Die EWG könnte ein nachhaltiges Monitoringsystem für Stadtmarketing als Dienstleistung für alle relevanten Akteure in der Stadt Rheine anbieten

### Monitoringsystem als Grundlage für Stadtmarketingaktivitäten in Rheine (Gesamtkosten des Dienstleistungsangebotes bei interner Bearbeitung ca. € 50.000)

1.	Permanente gezielte und regelmäßige Berücksichtigung von Fragen zum kulturellen Angebot, zu Events, zur Erlebnisqualität etc. der Stadt Rheine bei allen Erhebungen
2.	Auswertung und Aufbereitung dieser zusätzlichen Aspekte der verschiedenen Facetten des Stadtmarketings in Rheine ( <b>auch mittels GIS</b> ) als Dienstleistung
3.	Präsentation der Ergebnisse und – wenn gewünscht – Diskussion der Konsequenzen mit den Akteuren des Stadtmarketings in Rheine
4.	Unterstützung der Abstimmung koordinierter Stadtmarketingaktivitäten in der Stadt Rheine und permanente Weiterentwicklung der Methoden
5.	Panels für erweiterte Haushalts- und Umlandbefragungen, zusätzliche <b>Passantenfrequenzmessungen</b> bei Aktionen (Erfolgsmessung), zusätzliche <b>Einzugsgebietsmessung</b> bei Aktionen (Erfolgsmessung)

Ein umfassendes Controlling- und Monitoringsystem ist hierbei deutlich mehr als nur eine regelmäßige Befragung zur Einkaufsstadt Rheine

### Elemente eines umfassenden Monitoringsystems

- Professionelle Durchführung von Bürger- und Kundenbefragungen
- Regelmäßige Frequenzmessungen
- PKW-Kennzeichenaufnahme
- Initiierung einer koordinierten PLZ Aufnahme durch zentrale Einzelhändler

Mit einem umfassenden System für die Beobachtung und Erfolgsmessung werden Daten systematisch gesammelt, aufbereitet und analysiert. Dadurch können Sachverhalte detailliert beschrieben, Arbeitshypothesen entwickelt und überprüft werden.

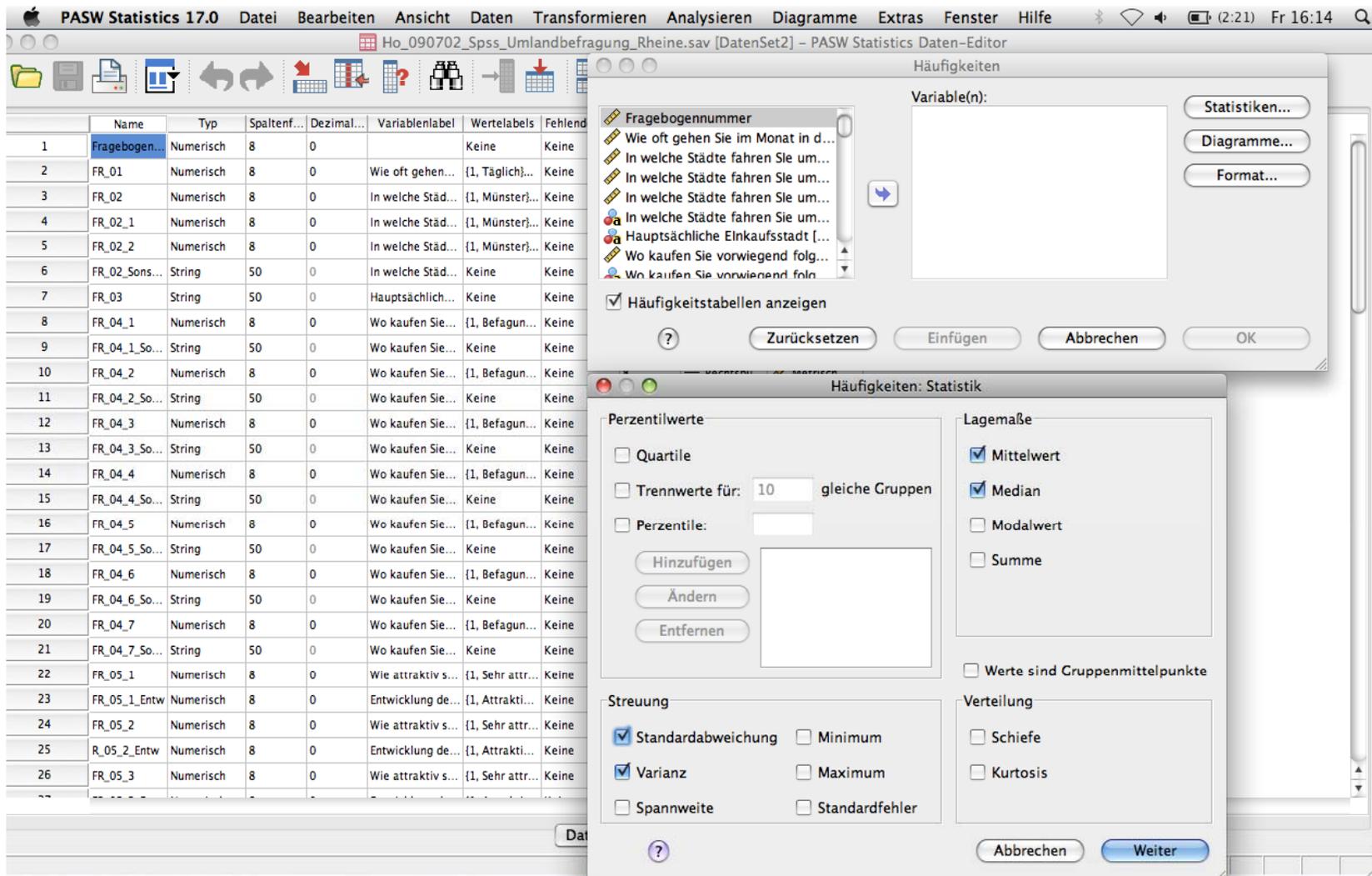
Eine **Befragung** dient dazu systematisch Informationen über Verhaltensweisen, Einstellungen und Meinungen von Menschen zu gewinnen.

- Um den Standort Rheine mit allen, für ein integriertes Stadtmarketing, relevanten Facetten zu beleuchten, empfehlen sich zielgruppenspezifische, empirische Analysen die je nach Themenschwerpunkt quantitativ oder qualitativ ausgerichtet werden.
- Als empirische Analysemethoden eignen sich hierbei **persönliche, telefonische, schriftliche** und/oder **Online-Befragungen**. Jede Erhebungsmethode hat hierbei ihre spezifischen Vor- und Nachteile, so dass diese je nach Themenschwerpunkt und Befragungsziel separat oder in Kombination Anwendung finden.
- Befragungen dienen dazu systematisch Informationen über Verhaltensweisen und Einstellungen von Bürgern und Kunden zu bekommen. Diese Informationen stellen nicht nur für den Einzelhandel, sondern auch für die Bereiche Stadtplanung und Veranstaltungen eine besondere Bedeutung dar.

## Mit der internen Durchführung lassen sich Befragungsinhalte untereinander koordinieren und zielgruppenorientierte Auswertungen vornehmen

- Befragungsinhalte können je nach Bedarf zwischen den Akteuren koordiniert und konzipiert werden.
- Die Interessen / Bedürfnisse mehrerer Akteure können in einer Befragung kombiniert werden oder separat erhoben werden.
- Die Aufbereitung und statistische Auswertung der Daten erfolgt „intern“ und ermöglicht somit eine dezidierte - auf die jeweiligen Interessen - „zugeschnittene“ Datenanalyse (z.B. Zielgruppenanalyse von Veranstaltungen)
- Durch die „interne“ Aufbereitung und Sammlung der Daten können zeitliche Veränderungen und Entwicklungen dargestellt und analysiert werden.
- Durch den Einsatz einer professionellen Statistiksoftware lassen sich die erhobenen Datenvariablen miteinander in Beziehung setzen und Analysefehler reduzieren (**Statistik- und Analysesoftware PASW Statistics**)

Durch den Einsatz professioneller Statistiksoftware lassen sich statistische Korrelationen und Entwicklungen detailliert auswerten und darstellen



The screenshot shows the PASW Statistics 17.0 interface. The main window displays a data table with columns: Name, Typ, Spaltenf..., Dezimal..., Variablenlabel, Wertelabels, and Fehlend. The table contains 26 rows of data, including variables like 'Fragebogen...', 'FR\_01', 'FR\_02', 'FR\_02\_1', 'FR\_02\_2', 'FR\_02\_Sons...', 'FR\_03', 'FR\_04\_1', 'FR\_04\_1\_So...', 'FR\_04\_2', 'FR\_04\_2\_So...', 'FR\_04\_3', 'FR\_04\_3\_So...', 'FR\_04\_4', 'FR\_04\_4\_So...', 'FR\_04\_5', 'FR\_04\_5\_So...', 'FR\_04\_6', 'FR\_04\_6\_So...', 'FR\_04\_7', 'FR\_04\_7\_So...', 'FR\_05\_1', 'FR\_05\_1\_Entw', 'FR\_05\_2', 'FR\_05\_2\_Entw', and 'FR\_05\_3'.

Two dialog boxes are open over the data table:

- Häufigkeiten**: This dialog box is used to select variables for frequency analysis. The 'Variable(n):' list contains several items, including 'Fragebogennummer', 'Wie oft gehen Sie im Monat in d...', 'In welche Städte fahren Sie um...', 'Hauptsächliche Einkaufsstadt [...]', and 'Wo kaufen Sie vorwiegend folg...'. The 'Häufigkeitstabellen anzeigen' checkbox is checked. Buttons include 'Statistiken...', 'Diagramme...', 'Format...', 'Zurücksetzen', 'Einfügen', 'Abbrechen', and 'OK'.
- Häufigkeiten: Statistik**: This dialog box allows for further statistical options. Under 'Perzentilwerte', 'Quartile' is checked. Under 'Lagemaße', 'Mittelwert' and 'Median' are checked. Under 'Streuung', 'Standardabweichung' and 'Varianz' are checked. Under 'Verteilung', 'Schiefe' and 'Kurtosis' are unchecked. Buttons include 'Hinzufügen', 'Ändern', 'Entfernen', 'Abbrechen', and 'Weiter'.

## Durch Besucher- und Kundenfrequenzmessungen wird der Erfolg von Veranstaltungen und Marketingaktionen messbar

- Aus Beobachtungen bzw. quantitativen Untersuchungen (Kunden-/ Besucherfrequenzmessungen) lassen sich zudem wichtige Parameter generieren, die eine Erfolgskontrolle bzw. Bestandssicherung vor allem für den Bereich Einzelhandel optimieren und professionalisieren. (Information für den Einzelhandel und potentielle Investoren)
- Die Evaluation der Besucherfrequenzen ermöglicht auf der einen Seite eine Erfolgsmessung für Marketingaktivitäten. Zum Anderen können anhand der Ergebnisse zukünftige - häufig auch imagebildende – Veranstaltungen und Aktionen optimiert werden.
- Durch diese Optimierung lassen sich bei Werbemaßnahmen häufig auftretende Streuungsverluste signifikant reduzieren.
- Darüber hinaus lassen sich dadurch Wegebeziehungen innerhalb der Stadt aufzeigen.

Mit den Bordmitteln der EWG sind zur Zeit lediglich kleine punktuelle Frequenzmessungen in der Innenstadt durchführbar.

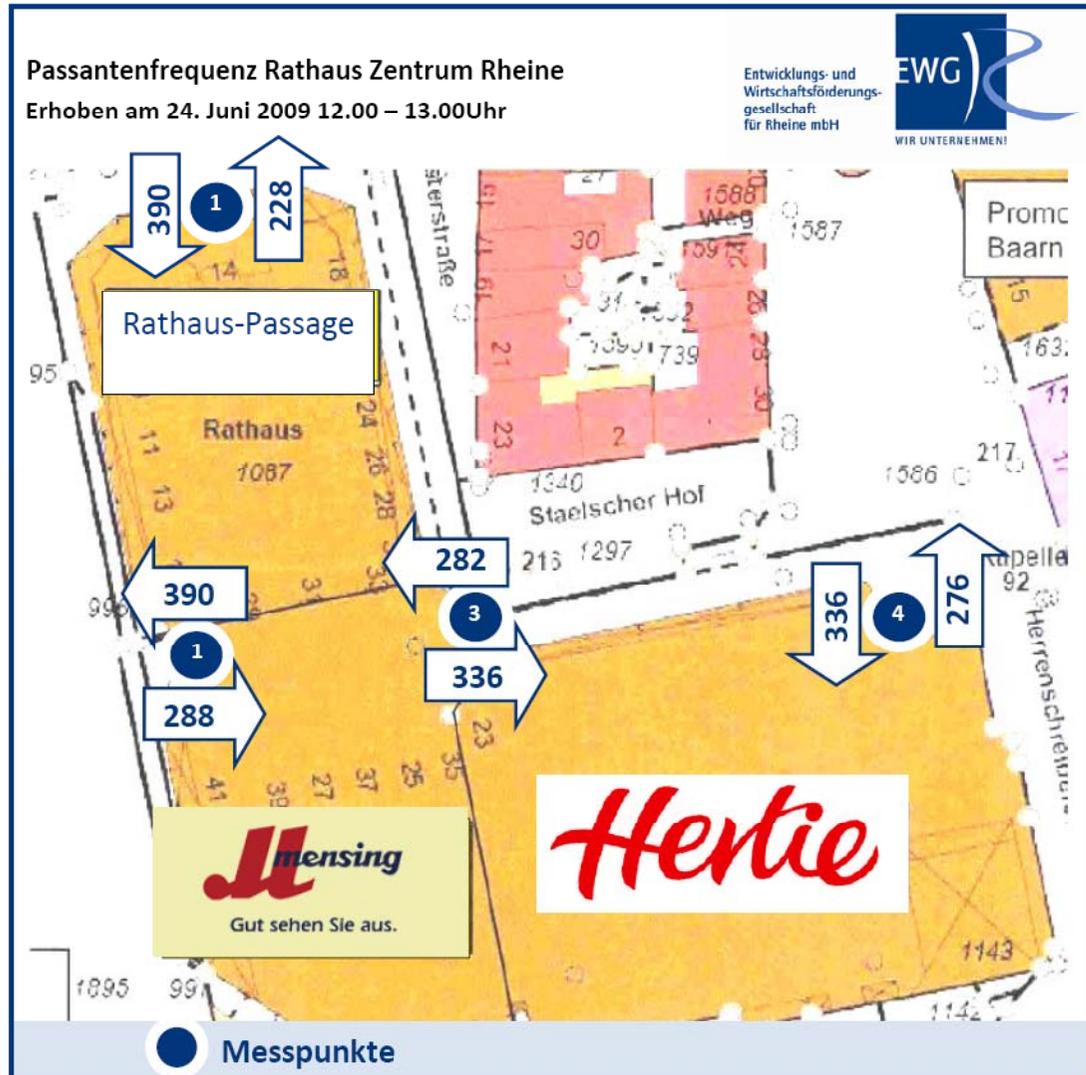
### Passantenfrequenz Innenstadt Rheine

Erhoben am 24. und 27. März 2009 12-13 Uhr



Zur Verbesserung der Datenqualität und somit auch der Aussagekraft sind mehrmalige Messungen pro Jahr an möglichst mehreren Standorten im gesamten Innenstadtgebiet notwendig.

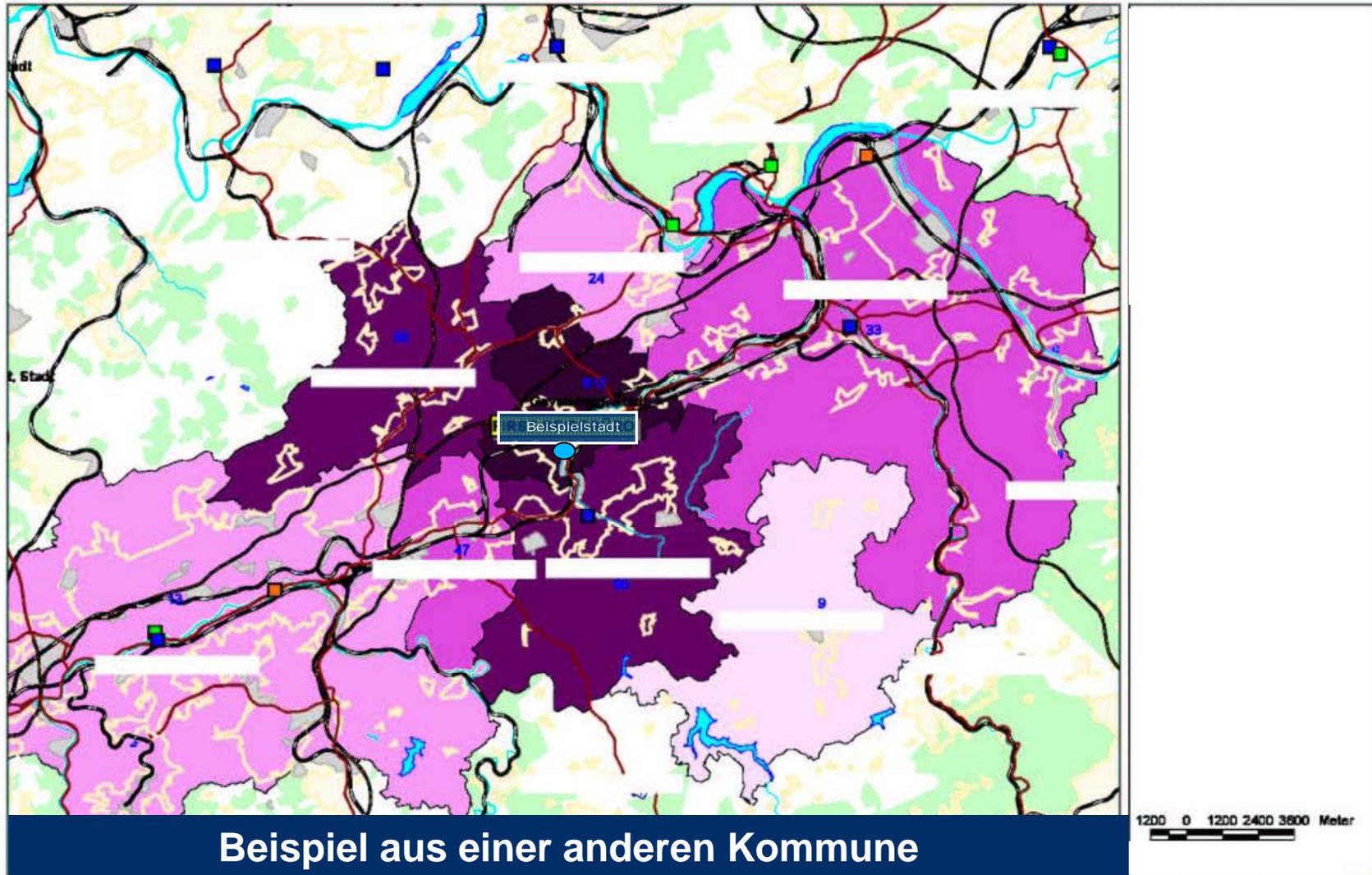
Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass Frequenzzahlen wichtige Parameter sowohl für den Einzelhandel als auch Stadtentwicklung darstellen



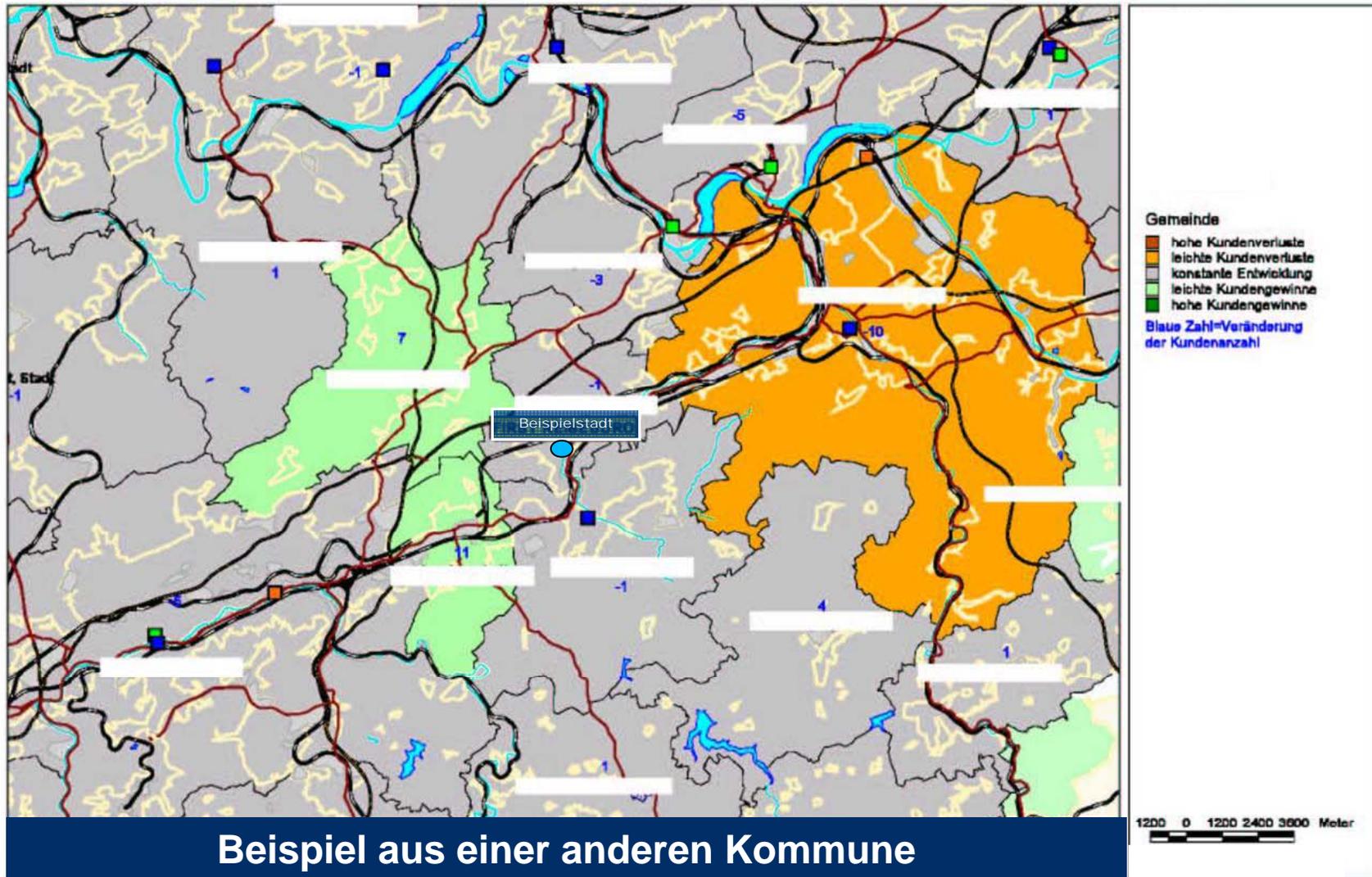
## Mit genauerer Kenntnis der unterschiedlichen Einzugsbereiche lassen sich Streuverluste verringern und die bereitgestellten Gelder effektiver nutzen

- Die räumliche Ausdehnung der Einzugsbereiche unterscheidet sich für die betrachteten Teilbereiche (Events, Kulturprogrammen und Einkaufen) in vielen Fällen sehr deutlich.
- Durch die regelmäßige Erfassung der PKW Kennzeichen und PLZ Gebiete der Kunden und Befragungen lässt sich der regionale Wirkungskreis wie auch die Ausdehnung des Haupteinzugsgebietes verdeutlichen.
- Auch die Bereiche/ Gemeinden, die eine besondere Bedeutung für die „Kundenanziehung“ haben, lassen sich dadurch identifizieren.
- Auch Veränderungen/Entwicklungen (Kundenverluste/Kundengewinne) können durch regelmäßige Erhebungen aufgezeigt werden (z.B. Kundenabwanderung in andere Gemeinden).

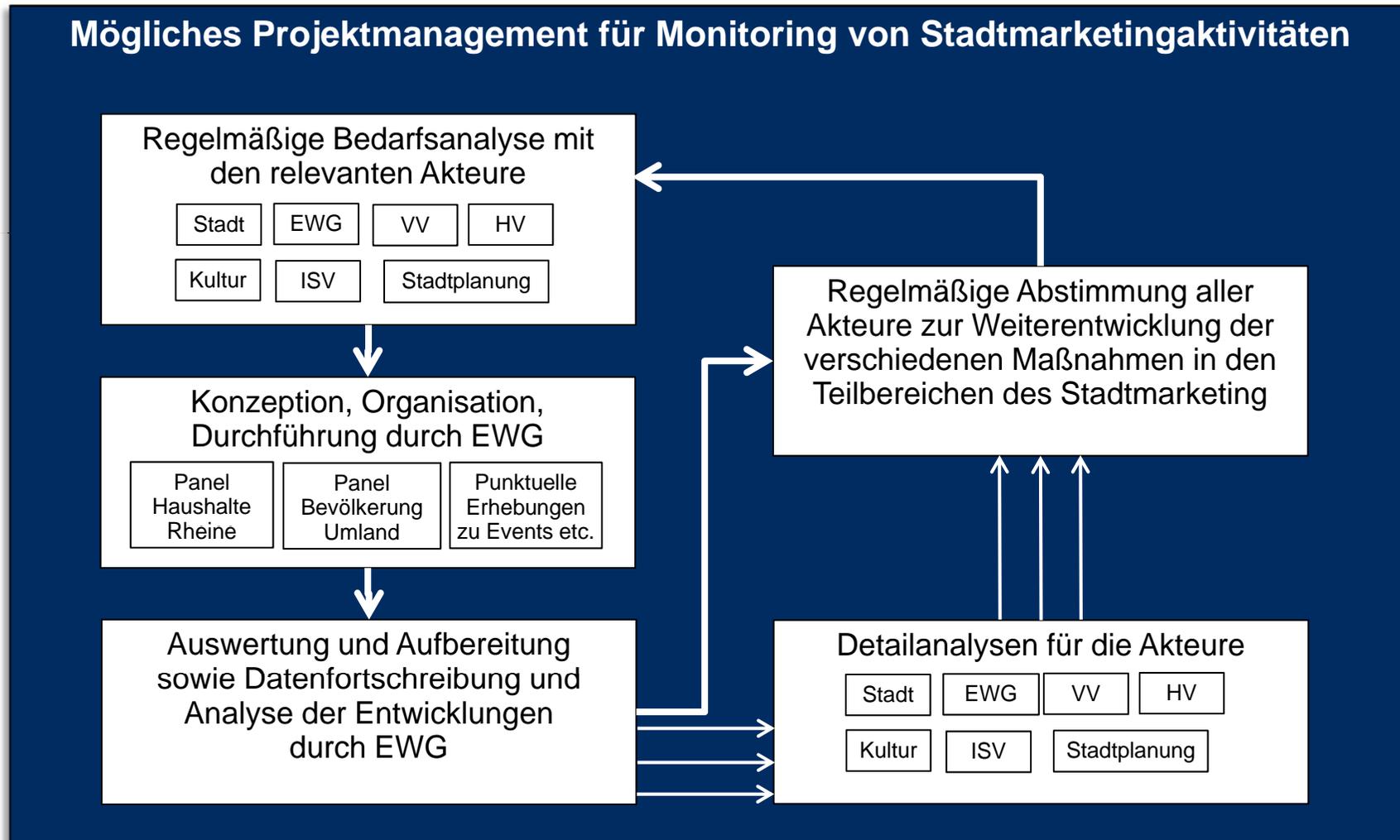
Durch regelmäßige Erhebungen (Befragungen, Kennzeichen- und PLZ-erfassung) lässt sich das Einzugsgebiet für viele Teilbereiche identifizieren



Durch regelmäßige Erhebungen lassen sich zudem auch Veränderungen/ Entwicklungen der Besucher- /Kundenherkunft räumlich lokalisieren



Wesentlicher Bestandteil des Monitorings ist neben der Datenerhebung/-pflege/-aufbereitung auch die intensive Abstimmung zwischen den Akteuren



## EWG Angebot: Ausweitung des geplanten Monitoring und Controlling der Einkaufsstadt auf Stadtmarketing mit seinen Facetten insgesamt

Die EWG für Rheine mbH soll das begonnene Monitoring (regelmäßige jährige Befragungen und Analyse in der Stadt und im Umland) zum Thema Einkaufsstadt – über ihr bestehendes Mandat hinaus – als Dienstleistung für die Akteure in den verschiedenen Teilbereichen des Stadtmarketing auf weitere Stadtmarketingbereiche ausdehnen. **Dies soll zunächst als Projekt bis Ende 2011** geschehen. Dazu bewilligt der Rat der Stadt Rheine der EWG für Rheine mbH einen Projektzuschuss bis zum 31. 12. 2011 in Höhe von € 50.000 p.a.. Auf Basis der gesammelten Erfahrungen wird 2011 über die Fortsetzung des Projektes entschieden.

### **Begründung**

Die EWG für Rheine mbH bietet zur Nutzung von Synergieeffekten für die Stadt Rheine an, quantitative Erhebungen und Auswertungen im Sinne eines ganzheitlichen Monitoringsystems als Dienstleistung für alle im Stadtmarketing aktiven Akteure der Stadt Rheine anzubieten und regelmäßig durchzuführen. Aus der daraus resultierenden Ausweitung der geplanten Befragungen in Rheine und im Umland als regelmäßige Panel-Untersuchung, dem Aufbau eines umfassenden Monitoringsystems und insbesondere auch der regelmäßigen Abstimmung mit allen Akteuren des Stadtmarketing sind zusätzliche Ressourcen notwendig. Die Auslastung einer Person mit den vielfältigen fachlichen und organisatorischen Aufgaben ist realistisch. Die veranschlagten € 50.000 p.a. sehen eine Person sowie geringe zusätzliche Mittel für die Durchführung und Umsetzung der empirischen Erhebungen vor (u.a. **Arbeitsmaterialien/Software**). Bei einem Jahresgehalt von lediglich angenommenen € 36.000 für einen Hochschulabsolventen entstehen bereits Kosten im Arbeitgeberbrutto (inkl. ZV) von rund € 45.000. Weitere € 5.000 sind minimal für die eigentlichen Kosten der Erhebung vorzusehen. Insgesamt ist darauf hinzuweisen, dass die interne Bearbeitung deutlich günstiger ist als eine externe Vergabe, wie vorliegende Angebote zeigen. Darüber hinaus lässt sich dadurch neben internem Know-how eine wertvolle Datenstruktur zur internen Verwendung und Weiterbearbeitung aufbauen, die Grundlage für zukünftige weitere Maßnahmen im Themenfeld Stadtmarketing darstellt.



**Entwicklungs- und  
Wirtschaftsförderungs-  
gesellschaft  
für Rheine mbH**

Heiliggeistplatz 2  
48431 Rheine  
T: 05971 800 66-0  
F: 05971 800 66-99  
[www.ewg-rheine.de](http://www.ewg-rheine.de)

Referent/Ansprechpartner:  
Dr. Manfred Janssen  
Geschäftsführer  
T: 05971 800 66-10  
[manfred.janssen@ewg-rheine.de](mailto:manfred.janssen@ewg-rheine.de)