

Lokale Ökonomie - Essen

Die Aufgabe

Auch in Zeiten von beschleunigter Wirtschaftsglobalisierung gibt es wirtschaftliche Bereiche von weit überwiegender oder gar ausschließlich lokaler Bedeutung. Die wenigen existenten empirischen Untersuchungen beziffern ihren Umfang in Großstädten auf etwa 16 % der vorhandenen Arbeitsplätze. Sie finden sich u.a. im Einzelhandel, im Handwerk, bei den personenbezogenen Dienstleistungen. In den Stadtteilen, denen wir besondere Aufmerksamkeit schenken, den benachteiligten / benachteiligten, den »Stadtteilen mit Erneuerungs- oder Entwicklungsbedarf« ist die lokale Wirtschaft schwach und muss deshalb eine bevorzugte Aufgabe der Stadtteilentwicklung sein. Es geht auch hier darum, die endogenen Potentiale zu stärken, d.h.

- Steigerung der internen Kommunikation
- Stärkung der Selbstorganisationskräfte
- Stärkung des Marketing.

Die Situation in Essen

In der konkreten Situation haben wir im

Stadtteil Altendorf auf der Basis vor allem der Handels- und Gaststättenzählung die Lage des Einzelhandels (EH) analysiert. Die Ergebnisse waren eindeutig

- unterdurchschnittliche Kaufkraft der Einwohner/innen
- niedrige Kaufkraftbindung.

Bei Begehungen waren Leerstände sichtbar, die Angebotsstruktur war lückenhaft. In Gesprächen mit Schlüsselpersonen stellte sich heraus, dass die örtliche Werbegemeinschaft des EH vor der Auflösung stand.

Daraufhin haben wir durch Student/innen der Uni Bochum eine Stärken-Schwächen-Analyse als Vollerhebung des EH in Altendorf machen lassen. Dabei wurde jeder Einzelhändler mündlich befragt nach seiner wirtschaftlichen Lage, nach seinen Zukunftserwartungen etc.

Von Anfang an hatten wir die Absicht, mit dieser Befragung den Einzelhandel zu mobilisieren. Zu diesem Zweck haben wir nach Auswertung der Umfrage ihre Ergebnisse den Befragten in einem Workshop präsentiert und sind auf diese Weise mit den Akteuren ins Gespräch

gekommen. In mehreren weiteren Workshops, die alle fremdmoderiert waren, wurden Ideen zu gemeinsamen Aktionen entwickelt. Bemerkenswert war dabei, dass die Teilnehmerzahlen mit der Zeit stark zunahmten.

Eine Idee zu einem gemeinsamen Logo / Slogan für den Stadtteil wurde in der Weise realisiert, dass Student/innen der Uni Essen – Kommunikationsdesign Vorschläge entwickelten, die dem EH vorgestellt wurden. Auf diesem Workshop wurde eine Vereinbarung für das weitere Verfahren entwickelt, alle Einzelhandelsgeschäfte stellten die Entwürfe aus, die Bevölkerung konnte sich mit eigenen Ideen zu Logo und Slogan beteiligen und an der Auswahl durch Abstimmung teilnehmen.

Die Ortspresse (Stadtteilbeilage der großen überregionalen Tageszeitung) hat diesen Prozess sehr positiv begleitet.

Nach einer Abstimmung durch die Bevölkerung wurde das ausgewählte Logo auf einem eigens dafür inszenierten Stadtteilstadtteilfest der Öffentlichkeit präsentiert. Das Fest soll nun jährlich wiederholt werden.

Der mittlerweile fest installierte Arbeitskreis Marketing plant als nächste

Arbeitskreis Marketing plant als nächste Aktion einen Schaufenster-Wettbewerb. Der Logo-Wettbewerb hat Einzelhändler und Kunden zu Gesprächskontakten über den bloßen Einkauf hinaus zusammen gebracht.

Aus dieser Aktion ist die »Initiative Altendorf e.V.« entstanden, die die Interessen des Stadtteils über die Einzelhandelsinteressen hinaus artikuliert und vertritt. Die Werbegemeinschaft des Einzelhandelsverbandes hat sich stabilisiert und deutlich Mitgliedergewinne erzielt.

Empfehlungen

- Mit der objektiven Analyse der Lage des Einzelhandels, ergänzt um die mündliche Befragung, lag eine präzise Statusanalyse vor, die an den Interessen ansetzte.
- Die gemeinsame Erörterung dieser Analyse mit der Frage verbunden »Was können wir gemeinsam tun?« hat einen mobilisierenden Effekt.
- Es muss gelingen, rasche wenn auch kleine Erfolge zu erzielen.
- Der Prozess der Mobilisierung braucht

Lokale Ökonomie - Essen

Beratung von außen – in unserem Fall Stadt usw., Essener Marketing-Gesellschaft, Uni Bochum / Fachbereich Geografie, ISSAB – und unterstützende Strukturen über einen längeren Zeitraum. Fremdfinanzierung dieser Aktivierungsprozesse ist notwendig. Eigenleistungen des kleinen Einzelhandels in dieser wirtschaftlichen Lage sind kaum zu erwarten.

- Stärkung bzw. Wiederaufbau vorhandener Selbstorganisation und deren Verknüpfung untereinander sind notwendig.

Ansprechpartner

Klaus Wermker / Margarete Meyer

Stadt Essen

Zentraler Steuerungsdienst

45121 Essen

Tel: 0201 / 88-88700

Fax: 0201 / 88-88702

e-mail: klaus.wermker@

stadtentwicklung.essen.de