

Situationsanalyse zum

Standortmarketing Rülzheim

Abschlussbericht

UNIVERSITÄT

MANNHEIM

Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie

Prof. Dr. Paul Gans

Standortmarketing Rülzheim

Situationsanalyse

Abschlussbericht des Forschungsauftrages
,Situationsanalyse zum Standortmarketing Rülzheim'

Projektleiter:

Prof. Dr. Paul Gans
Dr. Thomas Ott

Bearbeiter:

Dipl.-Geogr. Ansgar Schmitz-Veltin

Mitglieder der Projektgruppe:

Dipl.-Geogr. Stefan Aust
Prof. Dr. Paul Gans
Dipl.-Geogr. Michael Horn
Dr. Thomas Ott
Dipl.-Geogr. Ansgar Schmitz-Veltin
Christina West, M.A.
Dipl.-Geogr. Christian Zemann

Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie
Universität Mannheim
68131 Mannheim
Tel. +49 621-181-1958
Fax. +49 621-181-1955
www.geographie.uni-mannheim.de

Januar 2005

Inhalt

Einleitung.....	1
Hintergrund.....	2
Methodik.....	2
Ergebnisse.....	3
Die Stärken von Rülzheim.....	3
Die Schwächen von Rülzheim.....	8
Zukunft Rülzheim.....	10
Rülzheim als Einkaufsort.....	11
Rülzheim als Arbeitsort.....	14
Rülzheim als Wohnort.....	15
Rülzheim als Gemeinschaft.....	17
Rülzheim als Freizeitort.....	18
Gemeinde Rülzheim.....	20
Fazit und Handlungsrahmen.....	22
Dokumentation Expertenbefragung.....	25
Dokumentation Gewerbebefragung.....	26
Zusammensetzung und Struktur der befragten Unternehmen.....	26
Geschäftsentwicklung.....	29
Konkurrenz und regionale Einbindung.....	32
Bewertungen.....	34
Dokumentation Haushaltsbefragung.....	39
Zusammensetzung der Stichprobe und soziodemographische Daten.....	39
Allgemeine Bewertungen.....	42
Einkaufen in Rülzheim.....	45
Vereine.....	48
Freizeitzentrum und Schwimmbad Moby Dick.....	49
Gemeinde.....	50
Anmerkungen.....	52

Standortmarketing Rülzheim

Situationsanalyse

Einleitung

In der globalisierten Welt konkurrieren Standorte, Länder, Regionen und Kommunen um Unternehmen und Investoren, um Arbeitgeber und Arbeitnehmer und, nicht zuletzt, um Bewohner. Für Unternehmen ist die Auswahl des richtigen Standortes entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit und den Erfolg. Im Rahmen des gemeinsamen europäischen Marktes und über dessen Grenzen hinaus, haben sie immer mehr Freiheiten bei der Wahl von attraktiven Standorten. Sie siedeln sich dort an, wo sie ein geeignetes Umfeld und qualifizierte Mitarbeiter finden.

Für die Standorte wird es daher zunehmend wichtig, sich mit ihren Potentialen auseinander zu setzen und ihre Stärken auszubauen. Standorte, die ihre eigenen Vorteile nicht erkennen und effektiv kommunizieren, geraten ins Hintertreffen. Die Folge sind Arbeitsplatzverluste sowie eine Abnahme der Steuereinnahmen und somit ein Rückgang des allgemeinen Wohlstandes. In Zeiten verschärften Wettbewerbs kommt der Standortplanung der Investoren und der Standortentwicklung auf Seiten von Kommunen, Regionen und anderen Standortinhabern eine strategische Bedeutung zu, die nicht dem Zufall überlassen werden sollte.

Nicht nur bezüglich der Ausstattung einer Gemeinde mit Arbeitsplätzen und Industrieunternehmen, auch hinsichtlich ihrer Qualität als Wohnstandort verstärkt sich der Wettbewerb vor dem Hintergrund der demographi-

schen Entwicklung. Die zukünftige Alterung und der prognostizierte Rückgang der Bevölkerung verlangen einen gezielten Prozess der Gemeinde- oder Stadtentwicklung. Um als Wohn- und Lebensgemeinde auch in Zukunft Bestand zu haben, müssen bereits heute die Weichen gestellt werden. Die Einbeziehung der Wünsche und Bedürfnisse der eigenen Bevölkerung ist hierbei ebenso von Bedeutung wie die Berücksichtigung des wirtschaftlichen, sozialen und regionalen Umfeldes.

Der sich verschärfende Wettbewerb verlangt ein starkes Engagement von allen Akteuren. Das Stadtmarketing kann helfen, die eigenen Stärken zu erkennen und zu entwickeln und die Standortvorteile nach Außen hin zu kommunizieren. Grundlage für ein Marketing nach Außen ist ein Marketing nach Innen, in dem die Probleme und Sorgen der beteiligten Akteure, aber auch ihre Vorschläge und Ideen Ernst genommen und aufgegriffen werden. Innenmarketing ist die unabdingbare Grundlage eines erfolgreichen Standortmarketings!

Hintergrund

Die Ortsgemeinde Rülzheim hat sich vor dem Hintergrund der aktuellen wirtschaftlichen Situation dazu entschieden, ein Standortmarketing zu etablieren, um die Stärken der Gemeinde ausbauen und besser präsentieren zu können. Der Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie der Universität Mannheim (Fakultät für Volkswirtschaftslehre) wurde in einem

ersten Schritt mit der Durchführung einer Situationsanalyse zum Standortmarketing betraut. Der nun vorliegende Abschlussbericht stellt die grundlegenden Ergebnisse der Untersuchung dar. Auf diesen aufbauend soll das Standortmarketing in Rülzheim ins Leben gerufen werden.

Methodik

Die Situationsanalyse zum Standortmarketing Rülzheim wurde zwischen Mai und Dezember 2004 durchgeführt.

Insgesamt gliederte sich die Untersuchung in drei Arbeitsschritte:

- I Expertenbefragung;
- II Befragung der Gewerbetreibenden;
- III Haushaltsbefragung.

Ziel der Untersuchung war es, die Stärken und Schwächen Rülzheims zu untersuchen um darauf aufbauend mögliche Handlungsempfehlungen abgeben zu können.

Während die Experten in persönlichen leitfadengestützten Interviews befragt wurden, fanden die empirischen Erhebungen der Arbeitsschritte II und III mittels schriftlicher Befragungen statt. Die Auswahl der Experten erfolgte in Absprache mit dem Auftraggeber. Insgesamt wurden 18 Experten aus den Bereichen Politik, Gesellschaft, Verwaltung,

Gewerbe, Kultur und Soziales befragt und die Ergebnisse anschließend ausgewertet. Darauf aufbauend entstanden die Fragebögen zur Gewerbe- und Haushaltsbefragung.

Im Rahmen der Gewerbebefragung wurden alle 300 Rülzheimer Gewerbetreibenden angeschrieben und zur Teilnahme mittels des beiliegenden Fragebogens aufgefordert. 76 der Rülzheimer Unternehmer haben sich an der Befragung beteiligt.

Die Haushaltsbefragung wurde als schriftliche Vollerhebung in allen 4000 Rülzheimer Haushalten durchgeführt. Zur Erhöhung des Rücklaufs wurde mit der Befragung eine Verlosung verbunden, deren Gewinne von der Gemeinde und dem Gewerbekreis Rülzheim zur Verfügung gestellt wurden. Insgesamt wurden 616 Fragebögen beantwortet.

Die Auswertung der Befragungen erfolgte an der Universität Mannheim unter Berücksichtigung der gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz.

Ergebnisse

Zur Analyse der Stärken und Schwächen der Gemeinde Rülzheim wurden die drei Untersuchungsschritte getrennt ausgewertet und deren Ergebnisse dokumentiert. Anschließend wurden die wesentlichen Ergebnisse

interpretiert und thematisch zusammengefasst. Insgesamt ergaben sich daraus die in Abbildung 1 dargestellten Stärken und Schwächen, die im Folgenden detaillierter beschrieben werden.

Abbildung 1: Stärken und Schwächen von Rülzheim nach Meinung der Befragten

Stärken	Schwächen
Sport- und Freizeitmöglichkeiten Moby Dick und Freizeitzentrum	Parkplätze und Verkehr
Vereine	Gastronomie
Lage/Erreichbarkeit Verkehrsanbindung	kulturelles Angebot
Lage/Umgebung/Wald/Natur	soziales Leben außerhalb der Vereine
Ortsbild und dörflicher Charakter	Integrationsprobleme
Ortskern mit Geschäften	mangelnde Unterstützung für Gewerbe
Einzelhandel Kaufkraft	fehlende Arbeitsplätze
soziale Einrichtungen/ Schulen/Kultur	Gewerbekreis
Politik	hohe Kosten für Schwimmbad
Infrastruktur	hohe Lebensqualität
	mangelnde Innovationskraft

Quelle: eigene Erhebungen

Die Stärken von Rülzheim

Rülzheim ist gekennzeichnet durch eine gute Lage und Anbindung und durch funktionsfähige Gesellschaftsstrukturen. Das lebenswerte Wohnumfeld, die naturnahe Umgebung der Gemeinde und ihr dörflicher Charakter sind als weitere Stärken zu werten. Die Qualität Rülzheims als Wohnstandort wird durch eine weitgehend intakte Versorgungsinfra-

struktur und umfassende Freizeitmöglichkeiten gefestigt. So geben auch fast 90 % der Rülzheimer an, gerne oder sehr gerne in der Gemeinde zu leben; eine Zahl, die unterstreicht, wie positiv der Wohnstandort von einem Großteil der Bürgerinnen und Bürger gesehen wird. In diesem Urteil sind sich die unterschiedlichen Altersgruppen weitestge-

hend einig. Nur bei den unter 18-Jährigen zeigt sich eine erhöhte Unzufriedenheit mit dem Wohnort.

Lage

Rülzheim liegt unweit des Rheines in der Oberrheinebene zwischen Speyer und Karlsruhe im Bundesland Rheinland-Pfalz. Die Region ist stark auf das baden-württembergische Oberzentrum Karlsruhe ausgerichtet, wenngleich die wesentlichen Verwaltungseinrichtungen des Kreises in Germersheim beheimatet sind. Die wirtschaftliche Dynamik der Region Karlsruhe strahlt auf die Pfälzer Seite hin aus, so dass Rülzheim als Teil des Großraumes Karlsruhe regional gesehen positive Zukunftsaussichten besitzt.

Neben Karlsruhe, das vor allem in den Bereichen Kultur und Einkaufen Potentiale aufweist, wirken sich die Arbeitsplatzkonzentrationen in Wörth und Germersheim

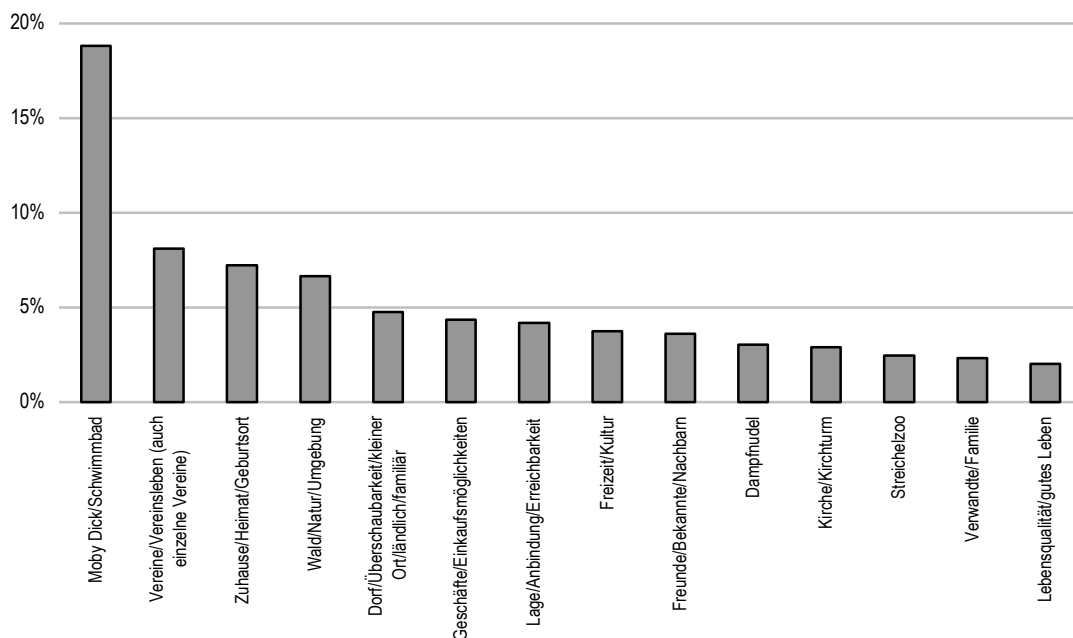
positiv auf den Wohnstandort Rülzheim aus.

Anbindung (äußere)

Die Anbindung Rülzheims an das regionale und überregionale Straßennetz ist hervorragend. Über die vierspurig ausgebaute B9 lassen sich die näher gelegenen Zentren in der Region (Speyer, Germersheim und Karlsruhe) schnell erreichen. In Wörth besteht Anschluss an die B10, die in west-östlicher Richtung verläuft sowie an die A65. Die guten Anbindungen an den Straßenverkehr erlauben weite Pendeldistanzen für die Einwohner Rülzheims. Allerdings wird das Pendeln über den Rhein nach Karlsruhe durch die knapp bemessenen Durchlasskapazitäten der Rheinbrücke eingeschränkt, so dass hierhin trotz guter Anbindung insbesondere während der Stoßzeiten mit längeren Fahrzeiten gerechnet werden muss.

Bezüglich des öffentlichen Personennahver-

Abbildung 2: Assoziationen mit Rülzheim



Quelle: Eigene Erhebungen im Rahmen der Haushaltsbefragung (Frage: Welche drei Begriffe fallen Ihnen spontan ein, wenn Sie an Rülzheim denken? n=579)

kehrs (ÖPNV) kann dagegen nur von einer durchschnittlichen Anbindung gesprochen werden. Der Bahnhof Rülzheim wird in der Regel stündlich einmal pro Richtung angefahren. Die Fahrt nach Karlsruhe ist grundsätzlich mit einem Umsteigevorgang in Wörth (Rhein) verbunden und erscheint so vergleichsweise wenig attraktiv. Hoffnungen auf eine Stärkung der Anbindung ergeben sich aus der Diskussion um die Einbindung der Gemeinde in die S-Bahn-Systeme Karlsruhes oder des Rhein-Neckar-Raumes. Aktuell bewerten 28 % der Rülzheimer die ÖPNV-Anbindung als sehr gut oder gut. Von Seiten der Unternehmer bescheinigen 61 % eine gute Erreichbarkeit Rülzheims mit Bussen und Bahnen.

Sport- und Freizeitmöglichkeiten

Die Ausstattung der Gemeinde mit Freizeit- und Sporteinrichtungen ist als ausgesprochen gut zu bewerten. Vor allem mit dem Freizeitbad Moby Dick verfügt Rülzheim über ein Alleinstellungsmerkmal im Vergleich zu anderen Gemeinden ähnlicher Größe. Zur insgesamt guten Bewertung der Freizeiteinrichtungen trägt auch die Lage der Gemeinde, die Nähe zum Rhein und die umgebende Landschaft bei. Das Freizeitangebot innerhalb der Gemeinde wird vor dem Hintergrund der intensiven Vereinsarbeit als positiv bewertet. Ein Großteil der Assoziationen der Rülzheimer Bürger mit Ihrer Gemeinde deckt den Bereich Freizeit ab. Abbildung 2 zeigt die wichtigsten Nennungen auf die Frage, welche Begriffe die Rülzheimer mit der Gemeinde assoziieren.

Ortskern

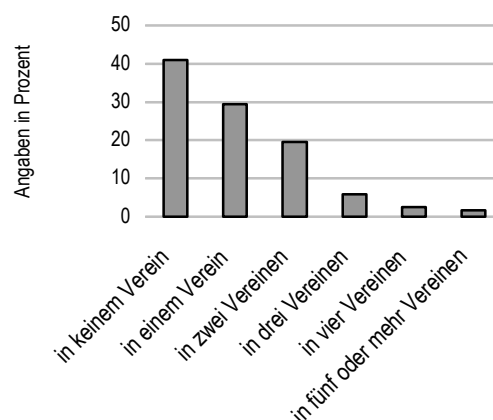
Der Ortskern gilt aufgrund seiner intakten Geschäftsstruktur als Pluspunkt von Rülzheim, wengleich es an der Gestaltung zum Teil erhebliche Kritik gibt.

Insbesondere die Konzentration von Einzelhandelseinrichtungen im zentralen Bereich der Mittleren Ortsstraße wird häufig als Stärke der Gemeinde genannt und grenzt Rülzheim gegen Gemeinden ab, deren Kerne durch einen hohen Geschäftsleerstand geprägt sind.

Vereine

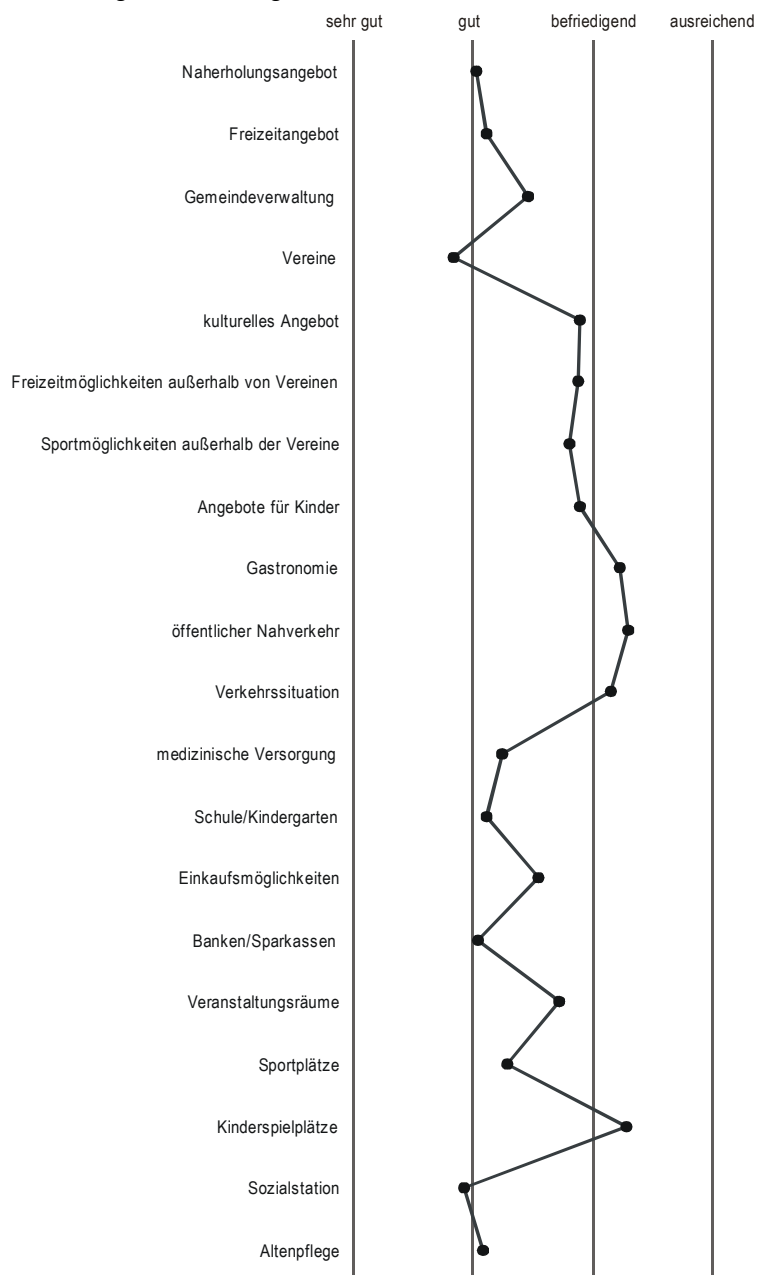
Mit über 40 Vereinen wartet Rülzheim mit einer außerordentlich hohen Vereinsdichte auf. Dies wirkt sich positiv auf die Ortsgemeinschaft aus und unterstreicht das reichhaltige Freizeitangebot der Gemeinde. Rund 60 % der Bewohner sind in Rülzheimer Vereinen organisiert (Abb. 3); 20 % sind Mitglieder in Vereinen außerhalb der Gemeinde. Die höchsten Mitgliedsanteile zeigen sich in den Alterklassen zwischen 50 und 79, deren Angehörige zu 64 % bis 71 % in Rülzheimer Vereinen organisiert sind. Bei den unter 50-Jährigen liegt der Anteil der Mitglieder in mindestens einem Rülzheimer Verein mit rund 50 % deutlich niedriger. Auswärtige Vereine werden mit Ausnahme der unter 18-Jährigen von allen Alterklassen in ähnlichem Umfang genutzt.

Abbildung 3: Mitgliedschaften in Rülzheimer Vereinen



Quelle: Haushaltsbefragung (Sind Sie in einem oder mehreren Rülzheimer Vereinen aktiv? n=579)

Abbildung 4: Benotung



Quelle: Haushaltsbefragung (Wie beurteilen Sie Rülzheim allgemein in folgenden Punkten? n=579)

Infrastruktur

Die infrastrukturelle Ausstattung Rülzheims ist allgemein als außerordentlich gut zu bezeichnen. Die wichtigsten Versorgungseinrichtungen sind vorhanden, einschließlich weiterführender Schulen (außer Gymnasium). Die soziale Infrastruktur wird vor allem durch die Vereine dominiert, wobei auch außerhalb dieser eine Versorgung der Bevölkerung,

insbesondere für Jugendliche (Jugendtreff Rülzheim) und ältere Menschen (Braunsche Stiftung, Sozialstation) gewährleistet ist. Allerdings weist sie im Bereich der Kinder- und Jugendeinrichtungen nach Angaben der Haushaltsbefragung deutliche Defizite auf, die sich vor allem in der mangelhaften Versorgung mit Veranstaltungsräumen (freie Jugendarbeit) und der schlechten Ausstattung der Spielplätze zeigen (vgl. Abb. 4).

Die Einkaufsmöglichkeiten innerhalb Rülzheims werden allgemein als gut angesehen, wenngleich in einigen Branchen Engpässe bestehen (Buchladen, Schuhgeschäfte, Bekleidungsläden, Discounter). Die Versorgung

des täglichen Bedarfs wird im Wesentlichen durch die drei Lebensmittelläden in Ortsrandlage abgedeckt. Für ältere Menschen ergeben sich dennoch Versorgungseingänge im Innerort.

Die Schwächen von Rülzheim

Die Schwächen beziehen sich zu einem Großteil, anders als die Stärken, auf mangelnde oder gänzlich fehlende konzeptionelle Arbeiten innerhalb der Gemeinde und deren Umsetzung. Als ‚klassische‘ Standortnachteile zeigen sich Mängel bezüglich des Arbeitsplatzangebotes, die Parkplatz- und Verkehrssituation sowie die Ausstattung mit gastronomischen Angeboten. Sowohl in den Expertengesprächen als auch bei den Haushalts- und Gewerbebefragungen dominierten die positiven Antworten.

Kritik am Politikstil

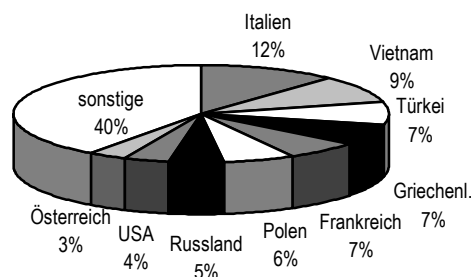
Der auf die Lösung der aktuellen Probleme ausgerichtete Politikstil in Rülzheim lässt aus Sicht der Befragten bisweilen eine langfristige Perspektive vermissen. Dies hat zur Folge, dass maßgebliche Potentiale der Gemeinde nicht oder nur unzureichend genutzt werden. Viele Befragte teilen die Ansicht, dass in Rülzheim viel verwaltet, aber wenig bewegt wird. Insbesondere die Gewerbebefragung hat diesbezügliche Defizite deutlich gemacht. Hinsichtlich der genannten Stärken, vor allem bezüglich des Freizeitzentrums, wird darauf verwiesen, dass viel ungenützter Entwicklungsspielraum besteht. Daraus resultiert u.a. das vergleichsweise schlechte Abschneiden der Verwaltung insbesondere bei der Gewerbebefragung. Die Unterstützung der Gewerbetreibenden durch die Gemeinde wird mit 3,3 unterdurchschnittlich benotet (Gewerbebefragung), während die Bürger die Arbeit der Gemeindeverwaltung mit 2,5 bewerten und hauptsächlich deren Öffnungszeiten kritisieren. Auch die Note des Schwimmbades Moby Dick, das als wichtigste Einrichtung die Identifikation der Bürger mit ihrer

Gemeinde prägt, fällt mit 2,5 durchschnittlich aus.

Integrationsprobleme

Der Ausländeranteil Rülzheims ist im regionalen Durchschnitt als gering zu bewerten, die Quote liegt mit 3,7 Prozent¹ deutlich unter dem entsprechenden Wert des Landkreises Germersheim, in dem durchschnittlich 9,6 ausländische Bewohner auf 100 Einwohner entfallen². Abbildung 5 zeigt die Anteile der wichtigsten Nationalitäten in Rülzheim und belegt deren relative Ausgewogenheit.

Abbildung 5: Prozentuale Anteile der wichtigsten Nationalitäten an allen Ausländern



Quelle: DIZ Gemeindestatistik (31.12.2004)

Im Gegensatz dazu lebt in Rülzheim ein verhältnismäßig großer Anteil an Spätaussiedlern aus der ehemaligen Sowjetunion, die in Teilen der Bevölkerung als ‚Ausländer‘ wahrgenommen werden. Nicht zuletzt aufgrund deren räumlicher Konzentration im Bereich des Helmut-Braun-Rings fehlt es in Rülzheim an Integrationserfolgen, was insbesondere auch mit De-facto-Zugangshürden der Aussiedler zum ausgeprägten Rülzheimer Vereinsleben zusammenhängt. Die vor allem in der Haushaltsbefragung aufgedeckten Vor-

behalte belegen, dass weiterer Integrationsbedarf besteht.

Gastronomie

Das aktuelle Rülzheimer Gastronomieangebot ist durch eine bodenständige Küche gekennzeichnet. Entsprechende Einrichtungen müssen vor dem Hintergrund des Rülzheimer Gemeinns, der vor allem in der großen Vereinsdichte zum Ausdruck kommt, als positiv gewertet werden, da sie der Bevölkerung Treff- und Veranstaltungsmöglichkeiten bieten.

Einer weiteren Vermarktung der Gemeinde, vor allem im Bereich des Tourismus, steht die derzeitige gastronomische Ausstattung jedoch tendenziell im Wege. Ansatzpunkte zur Qualitätssteigerung, wie sie seit vergangem Jahr durch die Eröffnung eines qualitativ hochwertigen Betriebes beobachtet werden, sind begrüßenswert. Allerdings wird das Defizit im Bereich der gehobenen Gastronomie hierdurch nur ansatzweise ausgeglichen. Die Haushaltsbefragung unterstreicht die Probleme bezüglich der gastronomischen Qualität. Mit einer durchschnittlichen Note von 3,2 wird das gastronomische Angebot Rülzheims nur unterdurchschnittlich bewertet (vgl. Abb. 4)

Ähnlich stellt sich die Situation bezüglich der Beherbergungsbetriebe dar, bei denen ein gehobenes und höheres Angebot gänzlich fehlt.

Fehlende Möglichkeiten im Freizeitbereich

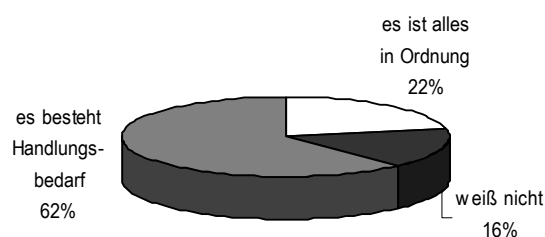
Während die Versorgung mit Freizeitangeboten innerhalb der Vereine als sehr gut bewertet wird, scheinen außerhalb des vereinsmäßig organisierten Bereichs erhebliche Defizite zu bestehen. Dies betrifft vor allem den Platzmangel in Turn-/Sporthallen und auf den jeweiligen Plätzen. Durch die hohe Auslastung der bestehenden Anlagen bleiben für nichtorganisierte Gruppen häufig keine Nut-

zungsmöglichkeiten. Dies belegen neben den Expertengesprächen vor allem die Bewertungen der Bürger. Hinsichtlich der Freizeit- und Sportmöglichkeiten außerhalb der Vereine sowie beim kulturellen Angebot erreicht Rülzheim nur durchschnittliche Werte (2,8 bis 2,9). Auffällig ist die große Streuung, die auf stark divergierende Meinungen der Befragten hindeutet.

Innere Verkehrsanbindung

Die Verkehrssituation innerhalb der Gemeinde ist insgesamt nicht zufrieden stellend. Dies betrifft im Wesentlichen die Verkehrsführung im Innerort sowie die Parkplatzsituation im Bereich der Mittleren Ortsstraße. In allen drei Untersuchungsabschnitten wurden hierin große Schwächen gesehen. In der Haushaltsbefragung gaben 60 % der Teilnehmer an, dass hinsichtlich der Parkplatzsituation im Bereich der Mittleren Ortsstraße und der dortigen Verkehrsführung unbedingt Verbesserungsbedarf besteht (vgl. auch Abb. 6), wengleich die konkreten Vorschläge diesbezüglich deutlich auseinander gehen. Mit 3,2 wird die Verkehrssituation in Rülzheim vergleichsweise schlecht benotet, wobei die Noten im Bereich des ÖPNV noch geringfügig negativer ausfallen als die bezüglich des motorisierten Individualverkehrs (Abb. 4).

Abbildung 6: Einschätzungen bezüglich der Parkplatz- und Verkehrssituation

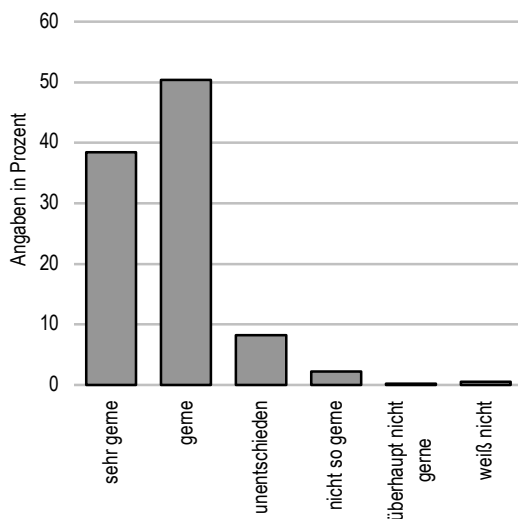


Quelle: Haushaltsbefragung (Was sollte Ihrer Meinung nach an der Parkplatz- und Verkehrssituation in Rülzheim verbessert werden? n=579)

Zukunft Rülzheim

Rülzheim hat Zukunft – diese Erkenntnis hat die nun abgeschlossene Untersuchung eindeutig belegt. Die Lage und Anbindung machen den Standort Rülzheim zu einem gefragten Wohnort. In Rülzheim haben sich eine ‚dörfliche‘ Struktur und ein reges Vereinsleben erhalten. Im Gegensatz zu manchen der umliegenden Gemeinden ist der Ort geprägt durch einen funktionsfähigen Ortskern und eine intakte Einzelhandelsstruktur. Die Rülzheimer leben gerne in ihrem ‚Dorf‘ (Abb. 7).

Abb. 7: Beurteilung zum Wohnstandort Rülzheim



Quelle: Haushaltsbefragung (Frage: Leben Sie gerne in Rülzheim? n=579)

Allerdings scheint sich Rülzheim seiner Stärken bislang zu wenig bewusst zu sein. Insgesamt bedarf es einer Intensivierung seiner Außendarstellung, um die vorhandenen Potentiale besser zu nutzen. Darüber hinaus ist die Einführung eines Innenmarketings dringend geboten. Die Partizipation unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen auch außerhalb der bestehenden Strukturen ist der

Schlüssel für ein von den Bürgerinnen und Bürgern getragenes erfolgreiches Innen- und Außenmarketing. Als Grundlage für den Erfolg gilt es, die Bevölkerung möglichst breit in diesen Prozess mit einzubeziehen. Für eine alleinige Auseinandersetzung mit dem Thema ‚Zukunft Rülzheim‘ reicht die Legitimation des Gemeinderats nicht aus. Bürgerinnen und Bürger erwarten ein über die Wahlentscheidung hinaus gehendes Mitspracherecht, das sich auch auf sachliche Einzelentscheidungen erstreckt. Ziel und Voraussetzung eines gelingenden Außenmarketings ist ein Gemeindemarketing, ein Innenmarketing unter Einbeziehung gesellschaftlich relevanter Gruppen und engagierter Bürger.

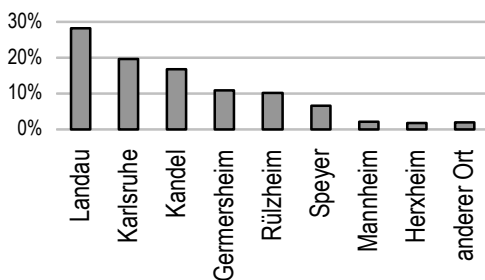
In diesem Sinne sind die folgenden Handlungsvorschläge als Anregungen zu verstehen, die in einer breiten Diskussion um die Zukunft der Gemeinde berücksichtigt werden sollten und als Leitideen für den zukünftigen Prozess des Gemeinde- und Standortmarketings dienen können. Sie stellen in unterschiedlicher Detailliertheit Handlungsoptionen dar, die aus Sicht der Gutachter geeignet sind, die Gemeinde, ihre Bürgerinnen und Bürger sowie die Gewerbetreibenden auf dem Weg in eine erfolgreiche Zukunft zu begleiten.

Standortmarketing ist ein langfristiger Prozess, der nicht ad hoc abgehakt werden kann. Er bedarf einer fortdauernden Beschäftigung und der Formulierung von Zielen, deren Umsetzung und fortschreitende Überprüfung. Grundlage dieses Prozesses ist eine umfassende Stärken- und Schwächenanalyse, die die Potentiale und Probleme gleichermaßen erkennt und Maßnahmen zu deren Förderung und Lösung anregt.

Rülzheim als Einkaufsort

Mit dem Ortsnamen Rülzheim verbindet fast jeder zehnte Bewohner spontan einen guten und attraktiven Einzelhandel. Dies macht Mut, zumal die Gemeinde im Schatten des Oberzentrums Karlsruhe und den nahe liegenden Gemeinden Kandel, Landau und Speyer nicht selbstverständlich mit guten Noten hinsichtlich seiner Einkaufsqualitäten rechnen kann. Immerhin sehen knapp 9 % der Befragten in Rülzheim den attraktivsten Einkaufsort innerhalb der Region, obwohl er erwartungsgemäß weit hinter Landau und Karlsruhe zurückbleibt. Mit 14 % gehört auch Kandel zu den am häufigsten genannten Orten (Abb. 8). So werden von den Rülzheimern vor allem Lebensmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Schreibwaren, Foto- und Optikartikel hauptsächlich innerhalb des Ortes gekauft. Tab. 1 zeigt die Konkurrenzstandorte des Rülzheimer Einzelhandels und verdeutlicht die starke Stellung vor allem Karlsruhes und Landaus.

Abbildung 8: Die attraktivsten Einkaufsorte in der Region



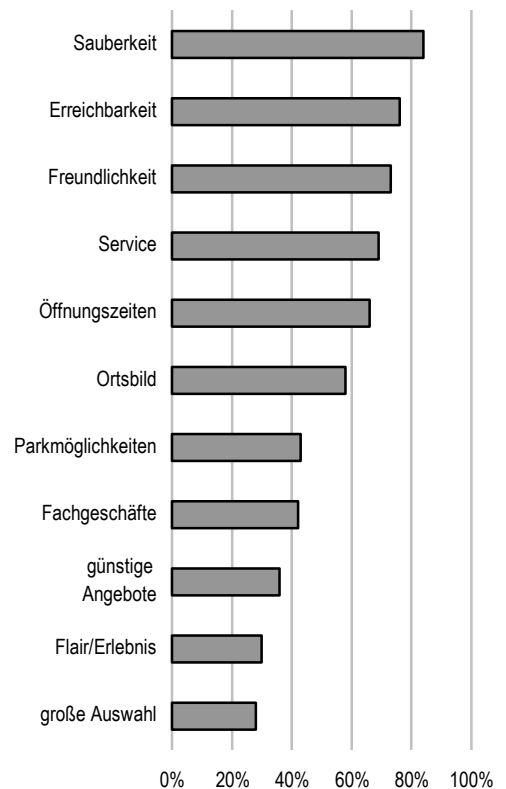
Quelle: Haushaltsbefragung (Frage: Welchen Ort halten Sie für den attraktivsten Einkaufsort in der Region? n=579)

Einzelhandelsbewertung

Insbesondere in der Sauberkeit, Erreichbarkeit, Freundlichkeit und dem Service werden die Vorteile des Rülzheimer Einzelhandels gesehen. All diese Punkte werden von einem

Großteil der Befragten als sehr gut oder gut bewertet (Abb. 9), wohingegen im Bereich der Parkmöglichkeiten, der Ausstattung an Fachgeschäften, der Auswahl vor allem auch günstiger Angebote sowie hinsichtlich des Flairs beim Einkauf weniger als 50 % der Befragten gute oder sehr gute Noten verteilen.

Abbildung 9: Bewertung einzelner Einkaufsfaktoren in Rülzheim



Quelle: Haushaltsbefragung; Anteil der Befragten, die die Situation als sehr gut oder gut bewerten (Frage: Wie beurteilen Sie das Angebot des Rülzheimer Einzelhandels in folgenden Punkten? n=579)

Die Sauberkeit der Geschäfte, die Freundlichkeit des Personals und der Service stellen neben den günstigen Angeboten die bedeutendsten Faktoren für den Einkauf dar. Aber auch Parkmöglichkeiten und die Größe des Angebotes sind den Rülzheimern wichtig. Daraus folgt, dass vor allem bei diesen Punk-

ten darauf geachtet werden muss, dass Rülzheim den Anschluss nicht verpasst. So sollten hinsichtlich der Verbesserung des Angebotes zukünftig weitere Anstrengungen unternommen werden; dringlich erscheint auch die Lösung der Verkehrs- und Parkplatzproblematik.

Warenangebot

Bezüglich des Warenangebots vermissen die Rülzheimer Bürger vor allem ein größeres Schuhgeschäft, einen Lebensmitteldiscounter, Bekleidungsgeschäfte sowie eine gute Buchhandlung. Dabei gehen die Wünsche bisweilen weit auseinander, so dass sich insbesondere der Wunsch ‚Bekleidungsgeschäft‘ schwer auf einen Nenner bringen lässt. Während in anderen Bereichen der Wunsch nach hochwertigen Geschäften unübersehbar ist, variieren die Vorstellungen des optimalen Bekleidungsgeschäftes erheblich. Insgesamt dominiert hier der Ruf nach preiswerten Angeboten. Das Angebot der Rülzheimer Handwerker wird mit 2,5 durchschnittlich bewertet.

Im Lebensmittelsektor scheint, insbesondere nach Fertigstellung des Edeka-Marktes, eine Sättigung des Angebotes erreicht. Zwar nutzen viele Rülzheimer andere Orte für ihre Lebensmitteleinkäufe, was jedoch vor allem auf das Fehlen eines günstigen Lebensmitteldiscounters zurückzuführen ist. Jeder zehnte Befragte vermisst einen solchen in Rülzheim.

Abbildung 11: Lebensmittelgeschäft

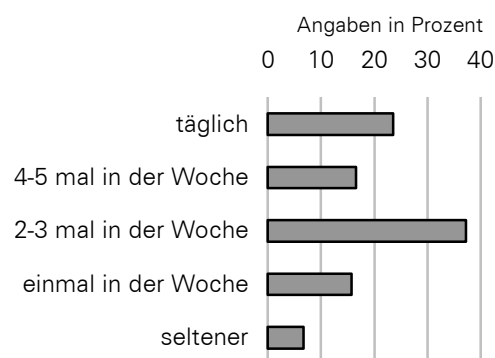


Quelle: eigene Aufnahme

Öffnungszeiten und Einkaufshäufigkeit

Ein gutes Drittel der Befragten zeigt sich zufrieden mit den Öffnungszeiten der Rülzheimer Geschäfte. Fast die Hälfte jedoch wünscht sich einheitliche Öffnungszeiten. Damit liegt der Wunsch noch deutlich über dem nach einer durchgängigen Öffnungszeit über Mittag, den 28 % der Befragten angeben. Bezüglich einer Verlängerung der Öffnungszeiten wünschen sich die Befragten vor allem, dass die Geschäfte abends länger geöffnet haben.

Abbildung 10: Einkaufshäufigkeit der Rülzheimer



Quelle: Haushaltsbefragung (Frage: Wie häufig kaufen Sie in Rülzheim ein?)

Ein großer Anteil der Rülzheimer geht täglich zum Einkaufen, was die gute Erreichbarkeit der Geschäfte auch für kleinere Einkäufe unterstreicht. Fast 40 % der Befragten kaufen wöchentlich zwei bis drei Mal in Rülzheim ein (Abb. 10).

Handlungsvorschläge

Aus den Erhebungen zur Versorgungsinfrastruktur ergeben sich folgende Handlungsansätze:

- ▶ Die Konzentration der Einzelhandelseinrichtungen im Bereich der Mittleren Ortsstraße sollte gewahrt bleiben, um einen attraktiven Ortskern und geringe Lehrstandsquoten zu erhalten.

- ▶ Die Zusammenarbeit zwischen Gemeindeverwaltung und Gewerbekreis muss intensiviert werden, vor allem auch, um eine stärkere Berücksichtigung der Interessen des Einzelhandels in der Kommunalpolitik zu gewährleisten. So sollte die Gemeinde die Schnittstelle zu den Gewerbetreibenden mit entsprechenden personellen Veränderungen stärken.
- ▶ Die Zusammenarbeit der Gewerbetreibenden untereinander sollte verbessert werden, um gemeinsame Positionen effektiver vertreten zu können. Bislang stellen sich die Rülzheimer Gewerbetreibenden als relativ uneinheitliche Gruppe dar.
- ▶ Um seine Wettbewerbsfähigkeit nach außen hin zu stärken und die Diskussion mit Gemeindeverwaltung und Vereinen um das zukünftige Standortmarketing effektiver zu gestalten, sollte der Gewerbekreis seine integrative Wirkung entfalten. Der geschlossene Auftritt der Gewerbetreibenden ist Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Marketing. Eventuell ist zur Beratung ein externer Moderater hinzuzuziehen.
- ▶ Die Öffnungszeiten der Rülzheimer Geschäfte bedürfen einer Vereinheitlichung. Als Minimallösung sollte die ausnahmslose Schaffung von Kernöffnungszeiten angestrebt werden. Eine generelle Ausweitung der Öffnungszeiten in den Mittagsstunden und abends ist vor dem Hintergrund der aktuellen wirtschaftlichen und strukturellen Situation im Einzelhandel kaum zu realisieren, wengleich wünschenswert.
- ▶ Die hohe Zufriedenheit und die konstruktiven Vorschläge der Rülzheimer Bürger sollten genutzt werden, um Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft gezielt anzugehen. Die Gemeinde ist hierbei dazu aufgerufen, die Vorschläge von Bürgern und Gewerbetreibenden aufzugreifen und sich im Rahmen einer aktiveren Wirtschaftsförderung dafür einzusetzen, Versorgungslücken zu schließen.
- ▶ Ein weiterer Ausbau der Lebensmittelversorgung erscheint aufgrund der aktuellen Situation nur in folgenden Berei-

Tabelle 1: Einkaufsorte der Rülzheimer nach Produkten (Rangfolge)

Produkt/Rang	1.	2.	3.	4.	5.
Lebensmittel (tägl.)	Rülzheim	Bellheim	Germersheim	Karlsruhe	Herxheim
Lebensmittel (Großeinkauf)	Rülzheim	Germersheim	Herxheim	Rheinzabern	Karlsruhe
Gesundheit/Körperpflege	Rülzheim	Germersheim	Landau	Karlsruhe	Herxheim
Einrichtungsbedarf/Möbel	Herxheim	Landau	Karlsruhe	Bellheim	Walldorf
Bekleidung	Karlsruhe	Landau	Rülzheim	Speyer	Germersheim
festliche/gute Bekleidung	Karlsruhe	Landau	Rülzheim	Mannheim	Speyer
Schuhe/Lederwaren	Karlsruhe	Kandel	Landau	Herxheim	Rülzheim
Uhren/Schmuck	Karlsruhe	Rülzheim	Landau	Kandel	Herxheim
Unterhaltungselektronik	Landau	Karlsruhe	Rülzheim	Internet	Germersheim
Bücher	Landau	Karlsruhe	Internet	Rülzheim	Germersheim
Schreibwaren	Rülzheim	Karlsruhe	Landau	Germersheim	Herxheim
Video/CDs/DVDs	Karlsruhe	Landau	Internet	Rülzheim	Germersheim
Elektrogeräte/Leuchten	Landau	Karlsruhe	Rülzheim	Germersheim	Herxheim
Foto/Optik	Rülzheim	Karlsruhe	Landau	Internet	Germersheim
Spiel/Sport/Hobby	Karlsruhe	Rülzheim	Landau	Germersheim	Kandel
Baumarkt/Handwerk	Germersheim	Landau	Rülzheim	Karlsruhe	Bornheim
Autos/Kfz-Zubehör	Germersheim	Rülzheim	Landau	Herxheim	Karlsruhe

Quelle: Haushaltsbefragung (Frage: In welchen Orten kaufen Sie nachfolgende Artikel meistens ein? n=579)

chen sinnvoll: Langfristig sollte eine Verbesserung der Versorgung im Innerort (Lebensmittel, Feinkost, Obst und Gemüse) angestrebt werden. Ebenso besteht hoher Bedarf an einem günstigen Lebensmitteldiscounter.

- ▶ Um die Attraktivität der Mittleren Ortsstraße zu steigern, ist zu prüfen, inwieweit freie Grundstücke zu einer Verbes-

serung der Parkplatzsituation genutzt werden können. Allerdings sollte hierzu im Vorfeld eine genauere Bedarfsanalyse erfolgen. Darüber hinaus scheint die Schaffung einer Einbahnregelung oder Verkehrsberuhigung im zentralen Bereich der Mittleren Ortsstraße sinnvoll. Die Erarbeitung eines umfassenden Verkehrskonzeptes wird empfohlen.

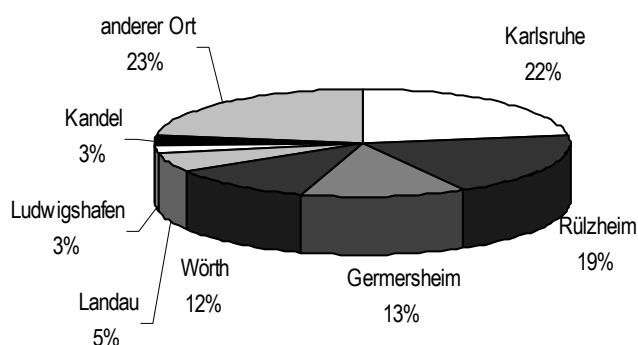
Rülzheim als Arbeitsort

Die Verbreitung von mittelständischen Industrieunternehmen, wie sie im württembergischen oder fränkischen Raum eine lange Tradition hat, ist in der Vorderpfalz nicht gegeben. Hier prägen Standorte großer Unternehmen, wie die BASF in Ludwigshafen (rd. 40.000 Beschäftigte) oder DaimlerChrysler in Wörth (rd. 12.000 Beschäftigte), mit vergleichsweise guten Arbeitsbedingungen und Löhnen den regionalen Arbeitsmarkt. Dementsprechend ist die mangelnde Ausstattung Rülzheims mit Arbeitsplätzen keineswegs eine Ausnahme, wenngleich andere Gemein-

den in den vergangenen Jahren erfolgreiche Ansiedlungspolitik betrieben haben. Immerhin haben rund 19 % der erwerbstätigen Rülzheimer ihren Arbeits- oder Ausbildungsplatz innerhalb der Gemeinde; mit 22 % der erwerbstätigen Erwachsenen pendeln täglich mehr als 1000 Personen über den Rhein nach Karlsruhe (Abb. 12).

Als Arbeitsort wird Rülzheim auch in Zukunft stark auf die Versorgung der eigenen Bevölkerung fokussiert sein, da mit der Ansiedlung größerer Industriebetriebe nicht zu rechnen

Abbildung 12: Ausbildungs- und Arbeitsorte



Quelle: Haushaltsbefragung (n=545)

ist. Potential für die zukünftige Arbeitsplatzentwicklung wird in der Ansiedlung einzelner kleinerer Unternehmen gesehen sowie in einer Konzentration auf den Erholungs- und Freizeitbereich, zu dessen Ausbau in Rülzheim in kleinem Rahmen Potential besteht. Insgesamt wird die Zukunft Rülzheims jedoch nicht in erster Linie in seiner Funktion als Arbeitsort liegen.

Insgesamt ergeben sich folgende Handlungsvorschläge:

- ▶ Bei der Ansiedlung von Gewerbe sollte sich die Gemeinde auf arbeitsplatzintensive, kleine und innovative Unternehmen konzentrieren.

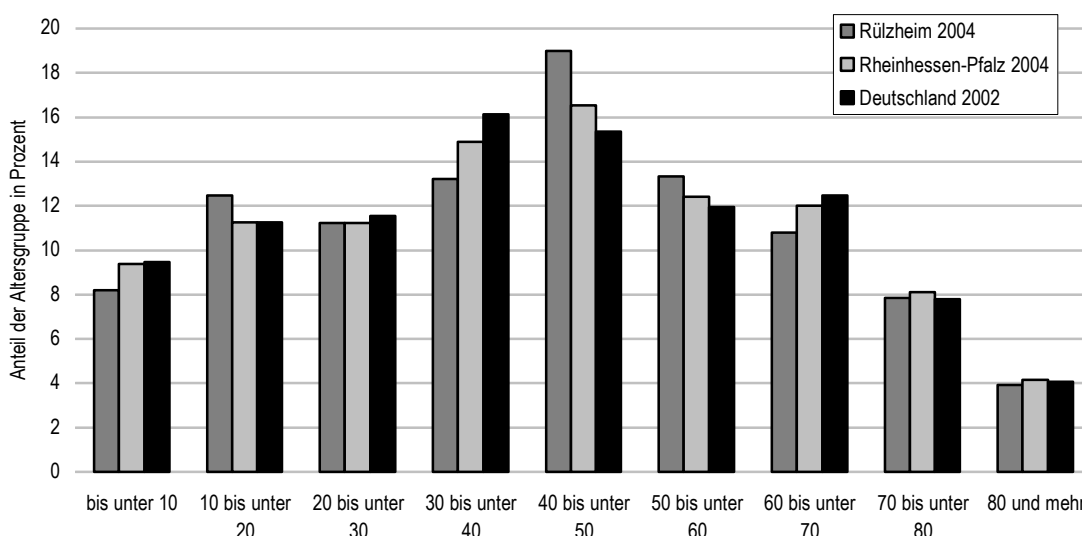
- ▶ Insgesamt muss Rülzheim sein Engagement im Bereich der Wirtschaftsförderung intensivieren. Die aktuelle Situation erlaubt es nicht, dass ausschließlich erwartet wird, bis die Unternehmen von sich aus auf die Gemeinde zukommen.
- ▶ Die bestehenden Unternehmen müssen ebenso wie potentielle Ansiedlungsinteressenten eine stärkere Unterstützung durch die Gemeinde erhalten. Dies könnte beispielsweise durch die Etablierung eines ständigen Ansprechpartners bei der Gemeindeverwaltung geschehen, der sich sachgebietsübergreifend mit den Belangen der Unternehmen auseinandersetzt.

Rülzheim als Wohnort

Aus dem geringen Arbeitsplatzbesatz der Ortsgemeinde Rülzheim, der guten Verkehrsanbindung und der attraktiven Lage resultiert die hohe Bedeutung als Wohnort. Insgesamt haben 7.932 Personen ihren

Hauptwohnsitz, 312 einen Nebenwohnsitz in Rülzheim gemeldet. In den letzten Jahren war die Bevölkerungsentwicklung der Gemeinde bei geringfügigen Schwankungen weitestgehend konstant³. Abbildung 13 zeigt

Abbildung 13: Altersaufbau der Rülzheimer Bevölkerung im Vergleich



Quelle: DIZ Gemeindestatistik (Rülzheim); Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (Rheinhesen-Pfalz); Statistisches Bundesamt (Deutschland)

die Altersstruktur der Rülzheimer Bevölkerung im Vergleich zu der der Region Rheinhessen-Pfalz und der Bundesrepublik insgesamt und macht deutlich, dass vor allem in den Altersgruppen der 10- bis unter 20-Jährigen sowie der 40- bis unter 50-Jährigen eine überdurchschnittliche Bedeutung für Rülzheim liegt. Zusammen vertreten diese Altersklassen die Gruppe der Familien mit großen bis erwachsenen Kindern.

Von den heute in Rülzheim lebenden Erwachsenen sind rund 56 % zugezogen. 37 % sind in Rülzheim geboren und leben seit ihrer Geburt in der Gemeinde, während 7 % in Rülzheim geboren wurden und zwischen- durch für längere Zeit an einem anderen Ort lebten. Heute weist die Haushaltsstatistik Rülzheims insgesamt 3.992 Haushalte auf; in rund 31 % davon leben Kinder.

Die naturnahe Umgebung und die vielfältigen Freizeitmöglichkeiten im Umfeld der Gemeinde machen Rülzheim zu einem beliebten Wohnstandort. Durch die gute Verkehrs- anbindung insbesondere an die B9 ist der Ort der ideale Wohnort für Pendler nach Karlsruhe, Wörth, Germersheim und in die Region Rhein-Neckar. Die verhältnismäßig gute Aus- stattung an Kindergärten und Schulen un- terstreichen diese Funktion.

Allerdings wird im Bereich der Kinder- und Jugendarbeit, insbesondere außerhalb der Vereine, in Rülzheim relativ wenig un- ternommen, um den Standort für junge Familien mit Kindern attraktiver zu gestalten. So erklärt sich die vergleichsweise schlechte Benotung der Angebote für Kinder und insbesondere der Kinderspielplätze (vgl. Abb. 4). Kinder- spielplätze sowie Angebote für Kinder und Jugendliche, vor allem an Wochenenden, stehen somit auch auf der Wunschliste der befragten Rülzheimer (Tab. 2).

Darüber hinaus drückt sich bei der Befragung der Haushalte der Wunsch nach (anspruchsvollen) kulturellen Veranstaltungen aus. An-

scheinend können die Wünsche der Bewoh- ner durch das intakte Vereinsleben nicht voll abgedeckt werden.

Zusammenfassend wird in folgenden Punk- ten Handlungsbedarf gesehen:

- ▶ Rülzheim hat Potentiale, sich als Wohn- standort in der Region weiter zu etablie- ren. Dabei kann es auf seine Anbindung und Lage bauen.
- ▶ Für einen Ausbau der Funktion als Wohnort sollte hinsichtlich der zu erwar- tenden demographischen Entwicklung weniger auf den quantitativen Ausbau gesetzt werden, sondern auf qualitative Angebotsverbesserungen, die den Standort Rülzheim auch in Zukunft für al- le attraktiv halten.
- ▶ Die Angebote der Gemeinde für ältere Menschen sind verhältnismäßig gut, während sich im Bereich der Angebote für Familien mit Kindern deutliche Defizi- te abzeichnen. Die Verbesserung der derzeitigen Situation bei Kinderspielplät- zen und Bolzplätzen ist dringend gebo- ten. Darüber hinaus wird ein Mangel an Veranstaltungen und Kursen für Kinder außerhalb der Vereine festgestellt.
- ▶ Die Wohnattraktivität sollte durch kultu- relle Angebote außerhalb der Vereine ge- stärkt werden. Es ist zu prüfen, inwieweit Veranstaltungsräume für Theaterauffüh- rungen oder Konzerte genutzt werden können. Eventuell sind neue Räumlich- keiten zu schaffen.
- ▶ Eine Verbesserung der öffentlichen Ver- kehrsanbindung würde den Standort Rülzheim weiter stärken. Insbesondere in Richtung Karlsruhe sollte die Schaffung einer direkten Bahnverbindung ange- strebt werden.

Rülzheim als Gemeinschaft

Die starke Vereinsorientierung Rülzheims stärkt die Gemeinschaft und fördert das Engagement. Allerdings weisen die aktuellen Strukturen und die große Bedeutung der Vereine für das Gemeindeleben auch einen ausschließenden Charakter auf, der vielen Einwohnern das Engagement innerhalb der Gemeinde erschwert. In diesem Zusammenhang müssen nicht nur klassische Randgruppen als ausgeschlossen gelten, sondern weite Bevölkerungsteile. Da sich das Gemeindeleben in Rülzheim sehr stark über die Organisation der Vereine konstituiert und die Partizipationsmöglichkeiten außerhalb dieser beschränkt sind, werden Nicht-Mitglieder der Vereine leicht zu Nicht-Mitgliedern der Gemeinschaft.

Von den rund 60 % der Rülzheimer, die in mindestens einem Rülzheimer Verein organisiert sind, geben 92 % an, sehr gerne oder gerne in Rülzheim zu leben; von den Nicht-Mitgliedern sagen dies nur 86 %. Auffällig ist, dass der Anteil der in Vereinen organisierten unter den in Rülzheim geborenen mit 68 % deutlich höher ist als unter den Zugezogenen (52 %). Bezüglich der Bewertung der Freizeit- und Sportmöglichkeiten außerhalb der Vereine ist festzustellen, dass Vereinsmitglieder diese schlechter benoten als Nicht-Mitglieder. Mit 2,9 liegt die durchschnittliche Benotung für Freizeitmöglichkeiten außerhalb der Vereine deutlich unter Bewertung der Vereine selbst, die im Mittel eine 1,8 erreichen. In Hinblick auf die Gesamtnote sind sich Mitglieder und Nicht-Mitglieder einig: Rülzheim erhält eine 2,4.

Insgesamt spielen die Gemeinschaft und das ‚soziale Miteinander‘ in Rülzheim eine große Rolle, wie die spontanen Assoziationen mit

Rülzheim (Abb. 2) zeigen. Ihnen wird ein großer Anteil an der Lebensqualität Rülzheims zugeschrieben.

- ▶ Die Vereine stellen einen bedeutenden Integrationsmechanismus für Rülzheim dar. Über die Mitgliedschaft in Vereinen gelingt es neuen Bürgern meist recht schnell, sich in die Ortsgemeinschaft einzufinden. Daher scheint es erstrebenswert, das Vereinswesen in Rülzheim zu erhalten und zu unterstützen. Allerdings sollten empfundene Zugangshürden zu den Vereinen abgebaut werden und versucht werden, auf Zugezogene und Nicht-Mitglieder stärker zuzugehen.
- ▶ Durch einen Abbau der De-facto-Zugangshürden kann eine Integration bestehender sozialer Randgruppen erfolgen. Aus der integrierenden Funktion der Vereine lässt sich folgern, dass auf diesem ‚Umweg‘ eine bessere Teilnahme dieser Gruppen an der Rülzheimer Gemeinschaft erreicht werden könnte.
- ▶ Auch die Integration bestehender Randgruppen könnte durch eine stärkere Einbindung in die Vereine unterstützt werden. Allerdings können und wollen nie alle Bevölkerungsteile in Vereinen organisiert werden. Den ‚bewussten Nicht-Mitgliedern‘ sind Integrationschancen auch außerhalb der Vereine zu bieten.
- ▶ Durch eine stärkere Unterstützung des bürgerschaftlichen Engagements sollte von Seiten der Gemeinde versucht werden, auch außerhalb der Vereinswelt organisierte Gruppen in die Gemeinschaft zu integrieren. Entsprechende Foren bilden beispielsweise Bürgerversammlungen oder -anhörungen.

Rülzheim als Freizeitort

Freizeit hat in Rülzheim einen hohen Stellenwert. Die vielfältigen Freizeitmöglichkeiten in und um Rülzheim werden insbesondere bei der Haushaltsbefragung immer wieder als Vorteile genannt. Dabei stützt sich Rülzheim einerseits auf die naturnahe Umgebung, die mit Rhein und Wald eine gute Kulisse für Außenaktivitäten bildet, andererseits besteht

durch die große Vereinsanzahl ein Potential an Freizeitbeschäftigungen, das als überdurchschnittlich bewertet werden muss. Dagegen erfordern zwei Problembereiche ein stärkeres Engagement der Gemeinde: Die Freizeitmöglichkeiten außerhalb der Vereine sind begrenzt und die Potentiale des Freizeitzentrums werden nur unzureichend genutzt.

Tabelle 2: Fehlende Einrichtungen in Rülzheim

Einrichtung/Geschäft	Anmerkung	Nennungen	
Schuhgeschäft	Unzufriedenheit mit aktuellem Geschäft, vor allem höherwertige Schuhe	sehr häufig (über 30 mal)	
Discounter	vor allem Aldi und Lidl		
Bücher/Zeitschriften	Betonung liegt auf 'guter Buchhandlung'		
Kleidung	sehr heterogen		
kulturelle Veranstaltungen	vor allem anspruchsvolle Veranstaltungen außerhalb der Vereine	häufig (20 bis 30 mal)	
Angebote für Jugendliche	vor allem am Wochenende		
Kinder-/Jugendbekleidung			
Lebensmittel in Ortsmitte	Feinkost, Gemüse, Obst, frische Waren	mittel (10 bis 19 mal)	
Handarbeit/Kurzwaren	Handarbeitsbedarf, Stoffe		
Kino			
Kneipen	gemütliche, junge Kneipe/Pub mit Biergarten		
Schreib-/Bastelbedarf	auch Teeladen/Spielzeug/Geschenkartikel		
Drogerie	vor allem dm-Markt		
Gastronomie	vor allem höherwertige, regionale und internationale Küche		
Baumarkt			
Imbiss/Bistro	moderne Imbissmöglichkeit im Innerort mit Sitzmöglichkeit (tagsüber und abends)		
Disco	auch Open Air		
Sportgeschäft			
CD/DVD/Video-Geschäft			
Cafe in Ortsmitte	mit Möglichkeit zum draußen sitzen		
Spielplätze	auch Bolzplätze		
Uhren/Schmuck			weniger (4 bis 9 mal)
Veranstaltungsräume	auch außerhalb der Vereine		
großer Lebensmittelmarkt			
Möbelgeschäft			
Kinderarzt/HNO-Arzt			
Schuhmacher	mit Schlüsseldienst		
Hotel/Pension	auch Ferienhäuser		

Quelle: Haushaltsbefragung (Frage: Gibt es Einrichtungen, Veranstaltungen oder Geschäfte, die Sie in Rülzheim vermissen?; Zusammengefasst nach Gruppen; n=579)

Freizeit außerhalb der Vereine

Die Teilnehmer der Haushaltsbefragung unterstützen die Aussagen zum guten Freizeitangebot. Insgesamt wird hierfür die Note 2,1 vergeben. Bezüglich des Freizeitangebotes außerhalb der Vereine bestehen Defizite, die dazu führen, dass diese Kategorie nur als befriedigend (2,9) bewertet wird. Insbesondere der Mangel an Veranstaltungsräumen und Sporthallen wird als problematisch angesehen.

Hinsichtlich der Freizeit kleiner Kinder auf Spielplätzen schneidet Rülzheim erstaunlich schlecht ab. Hier erreicht es insgesamt eine Durchschnittsnote von 3,3, wobei Befragte, die in Haushalten mit unter 16-Jährigen leben, häufig die Note ‚mangelhaft‘ vergaben, so dass der Schnitt hier auf 4,0 fällt.

Auch beim kulturellen Angebot gibt es Handlungsbedarf, aber ebenso ausbaufähige Potentiale. Ein Großteil der Rülzheimer wünscht sich mehr anspruchsvolle kulturelle Veranstaltungen wie Theateraufführungen oder Konzerte.

Im Bereich der Freizeit außerhalb der Vereine ergeben sich folgende Handlungsanstöße:

- ▶ Die Freizeitangebote im kulturellen Bereich müssten mit Unterstützung der Gemeinde verbessert werden. Hierfür ist nach geeigneten Räumlichkeiten und Partnern zu suchen.
- ▶ Das Angebot an Spielplätzen für Kinder, aber auch an Bolzplätzen für Jugendliche, sollte verbessert werden. Dies hebt den Freizeitwert und die Lebensqualität insbesondere für Familien mit Kindern und für Jugendliche.
- ▶ Bestehende Räumlichkeiten müssen auch für nichtorganisierte Gruppen offen stehen. Falls diesbezüglich keine für alle Seiten akzeptable Lösung gefunden werden kann, ist über die Schaffung weiterer

Veranstaltungsräumlichkeiten nachzudenken.

Freizeitzentrum und Moby Dick

Im Gegensatz zu den meisten Gemeinden vergleichbarer Größe verfügt Rülzheim über ein ganzjährig geöffnetes Hallenbad. Dies ist bezüglich der Standortqualität der Gemeinde zunächst als positiv zu bewerten, da es Rülzheim von anderen Wohnorten abhebt und einen wichtigen Beitrag zur Lebensqualität leistet. Rund 32 % der Rülzheimer besuchen das Moby Dick regelmäßig mindestens einmal pro Monat. Die Benotung der Einrichtung fällt mit 2,5 jedoch nur durchschnittlich aus und verdeutlicht den Handlungsbedarf. Als hauptsächliche Kritikpunkte am Moby Dick werden der Eintrittspreis, insbesondere für Familien mit Kindern, und die Ausstattung im Außenbereich erwähnt. Ein Großteil der Befragten würde den Bau eines großen Außenbeckens befürworten. Aufgrund des notwendigen Defizitausgleichs belastet das Moby Dick den Haushalt der Gemeinde, was zu Vorbehalten von Seiten vieler Einwohner führt. Dabei wird jedoch allzu leicht übersehen, welchen Imagegewinn das Schwimmbad darstellt und welche Potentiale es schafft.

Abbildung 14: Moby Dick



Quelle: www.mobydick.de

Spontan führen viele Rülzheimer das Moby Dick an, wenn sie zu Begriffen gefragt werden, die sie mit Rülzheim verbinden. Die Benotung des Bades allerdings deckt eine Diskrepanz zwischen der Bedeutung für die Gemeinde und die Zufriedenheit der Bewohner auf und verdeutlicht so, dass hier enor-

mer Handlungsbedarf besteht. Im Rahmen der vorliegenden Studie konnte nicht abschließend geklärt werden, welche Chancen ein Ausbau oder eine bessere Nutzung des Freizeitzentrums haben, allerdings scheint es dringend geboten, im Rahmen eines eigenständigen Nutzungskonzepts Vorschläge für die Zukunft des Moby Dick zu erarbeiten, da die gegenwärtige Situation weder für die Nutzer noch für die Betreiber zufrieden stellend ist.

In diesem Zusammenhang ergibt sich auch die Frage nach den Vermarktungspotentialen Rülzheims als Naherholungs-/Tourismusort. Die Anbindung zu den umliegenden Agglomerationsräumen Karlsruhe und Rhein-Neckar und die landschaftliche Attraktivität des Rülzheimer Umlandes lassen diese Möglichkeit durchaus realistisch erscheinen. Allerdings fehlt es in Rülzheim momentan noch an entscheidenden Ausstattungsmerkmalen

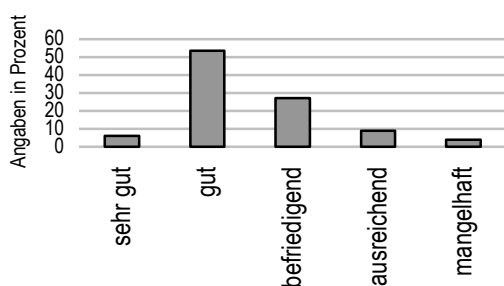
im Bereich Gastronomie und Unterkunft. Inwieweit das Moby Dick den Ansprüchen eines größeren regionalen Wettbewerbs gerecht wird, müsste in einem vergleichenden Gutachten geklärt werden.

- ▶ Im Freizeitbereich weist Rülzheim bislang ungenutzte Potentiale auf. In deren Nutzung wird eine der Hauptaufgaben des zukünftigen Standortmarketings gesehen. Dabei sollte neben der Außendarstellung vor allem auch das Angebot optimiert werden. Auch diesbezüglich scheint eine verbesserte Zusammenarbeit der kommunalen Akteure unabdingbar.
- ▶ Die Attraktivität der Gemeinde, insbesondere auch des Ortskernes, könnte durch die Schaffung neuer gastronomische Angebote gestärkt werden.

Gemeinde Rülzheim

Das Dienstleistungsangebot der Gemeinde wird von den Bürgerinnen und Bürgern mit 2,5 durchschnittlich bewertet. Insbesondere im Bereich Kundenfreundlichkeit und Service besteht Handlungsbedarf.

Abbildung 15: Bewertung der Gemeinde



Quelle: Haushaltsbefragung (Wie beurteilen Sie das Dienstleistungsangebot der Gemeinde und der Gemeindewerke?; n=579)

Insgesamt zeigen sich viele Teilnehmer der Haushaltsbefragung ausgesprochen desinformiert bezüglich des Angebots der Gemeinde. Eine nur unzureichende Informationspolitik auch innerhalb des Ortes wird in den anderen Untersuchungsabschnitten bestätigt.

- ▶ Die Öffnungszeiten der Verwaltung sollten den Bedürfnissen der Bevölkerung stärker Rechnung tragen. Eventuell ist die Einrichtung eines Bürgerbüros mit benutzerfreundlichen Öffnungszeiten zu prüfen. Damit würde eine zentrale Anlaufstelle geschaffen und ein Teil des Hauses vom Publikumsverkehr entlastet.
- ▶ Insgesamt könnte die Informationstätigkeit von Seiten der Verwaltung verbessert werden. Es ist wesentlich, Mitteilun-

gen über das Angebot der Verwaltung, aber auch über Vorgänge und wichtige Veranstaltungen innerhalb Rülzheims, an die Presse zu kommunizieren. Regelmä-

ßige Pressemitteilungen können die Präsenz Rülzheims in der lokalen Zeitung fördern und das Engagement innerhalb der Gemeinde darstellen.

Fazit und Handlungsrahmen

Rülzheim bietet Potentiale! Um diese in Zukunft stärker zu nutzen und um seine Position als Wohn- und Einkaufsort festigen zu können, sind jedoch weitere Anstrengungen notwendig.

Die Stärken Rülzheims liegen vor allem im Bereich seiner exzellenten Anbindung, insbesondere in Richtung Karlsruhe, und der landschaftlichen Attraktivität. Rülzheim verfügt über ein intaktes Gemeinschaftsleben und vielfältige Freizeitmöglichkeiten, die seinen Ruf als Wohnstandort festigen.

Ziel der zukünftigen Entwicklung muss es sein, den im Rahmen der vorliegenden Studie aufgedeckten Schwächen zu begegnen, die Potentiale weiter auszubauen und die Stärken nach außen hin zu kommunizieren.

Dazu kann auf die im Rahmen der Situationsanalyse erhobenen Daten zurückgegriffen werden. Die vorliegenden Zahlen sind jedoch keineswegs unumstößliche Wahrheiten, sondern (empirisch belastbare) Umfragedaten, die ihre Wirkung erst in der Diskussion über sie selbst entfalten. Im Standortmarketing gibt es keine Patentrezepte, die Wege des Erfolges sehen in jeder Gemeinde und jeder Region anders aus. Daher ist die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit den Inhalten der vorliegenden Studie Grundvoraussetzung für ein Erfolg versprechendes Standortmarketing in der Ortsgemeinde Rülzheim. Für das weitere Vorgehen werden folgende Schritte empfohlen:

- ▶ Aufbauend auf den Ergebnissen des vorliegenden Berichtes sollten Inhalte, Aufgaben und Ziele des Standortmarketings möglichst breit diskutiert werden. Dabei ist die Einbeziehung aller gesellschaftlich relevanten Gruppen notwendig. Für den Anschlag des Marketings

bietet sich die Bildung einer Kern- oder Anschubsgruppe an, deren Zusammensetzung sich beispielsweise an der Expertenauswahl im Rahmen der Standortanalyse orientieren könnte. Hierbei sollten folgende Gruppen berücksichtigt werden:

- Vertreter aller Parteien und im Gemeinderat vertretenen politischen Gruppen;
- Vertreter unterschiedlicher Sachgebiete innerhalb der Verwaltung;
- Vertreter der Gewerbetreibenden und des Gewerbekreises;
- Vertreter der Vereine;
- Vertreter der Kirchen;
- Vertreter des Gastronomie- und Freizeitgewerbes (Gaststätten, Moby Dick etc.);
- engagierte und interessierte Bürger.

Bei der Auswahl der Mitglieder ist weniger auf die gesellschaftlichen und politischen Proportionen zu achten als auf deren Engagement und den Beteiligungswillen. Um ein strukturiertes und zielführendes Handlungsprogramm für das weitere Vorgehen zu erarbeiten, wird die Hinzunahme eines externen Moderators empfohlen. Gerade vor dem Hintergrund parteipolischer Gegensätze scheint es sinnvoll, den Prozess von einer außenstehenden Person begleiten zu lassen. Darüber hinaus obliegt dieser die Vorbereitung der Sitzungen, die Ausarbeitung von Diskussionsbeiträgen und die Pressarbeit. Diese Aufgaben kommen im Alltagsgeschäft der Verwaltung allzu leicht zu kurz und stellen doch einen

wichtigen Beitrag für den Erfolg des Prozesses dar.

- ▶ Die Arbeiten zum Marketing der Gemeinde Rülzheim werden effektiv kommuniziert und der örtlichen Presse mitgeteilt. Auf diese Weise können sich interessierte Bürger über den Stand der Dinge informieren. Ein zentraler Ansprechpartner bei der Gemeinde (oder ein extern beauftragter Koordinator) dient als Anlaufstelle für engagierte Rülzheimer, die sich am Gemeindemarketing beteiligen möchten.
- ▶ Die Kerngruppe des Stadtmarketings diskutiert die zukünftigen Handlungsbereiche und die Zusammensetzung verschiedener Arbeitskreise (unter Einbeziehung interessierter Bürger). Auf Grundlage der Situationsanalyse wird dabei die Einsetzung folgender Arbeitskreise empfohlen, die zum Teil auch zusammengelegt werden können. Bei der Besetzung der Arbeitskreise sollte auf eine möglichst breite Streuung geachtet werden. Ein regelmäßiger Austausch der einzelnen Arbeitskreise ist bedeutsam:
 - **Freizeitstandort Rülzheim:** Moby Dick, Naherholung und touristische Potentiale;
 - **Außenmarketing:** gemeinsame Aktionen von Vereinen, Gewerbe und Gemeinde (Möglichkeiten einer Intensivierung der Zusammenarbeit);
 - **Kinder und Familien in Rülzheim:** Angebotsverbesserung und Spielplätze;
 - **Parkraum- und Verkehrsentwicklung** (auch ÖPNV und Radverkehr);
 - **Rülzheim als Einkaufsort:** Einzelhandel und die Entwicklung der Mittleren Ortsstraße.

Nach Abschluss der Arbeiten werden die Diskussionsergebnisse der einzelnen Ar-

beitskreise als Ziele formuliert und in einem Handlungsrahmen zusammengeführt.

- ▶ Die Gemeinde sollte überprüfen, inwieweit die Diskussion einzelner Fragestellungen durch Gutachten oder empirische Untersuchungen unterstützt werden können. Zur eingehenden Analyse durch externe Gutachten besteht vor allem hinsichtlich folgender Fragen Bedarf:
 - Verkehrskonzept und Parkraumbedarfsanalyse;
 - Rülzheim als Naherholungsstandort: Potentiale, Chancen und Risiken;
 - Wohnstandort Rülzheim vor dem Hintergrund demographischer Veränderungen;
 - Passantenbefragung zum Einkaufsverhalten: Wer kauft was in Rülzheim?
- ▶ Schon während der Diskussionsphase stimmt sich der beauftragte Moderator eng mit der Gemeindeverwaltung und dem Gemeinderat (bzw. Ausschuss für Marketing) ab. Eine personelle Verflechtung der Arbeitskreise mit den Mitgliedern des entsprechenden Ausschusses des Gemeinderates ist sinnvoll. Im abschließenden Leitbild werden die Diskussionsergebnisse der einzelnen Arbeitskreise zusammengefasst und als Ziele formuliert. Durch eine bereits von Anfang an erfolgte Einbindung des Gemeinderates sollte ein Katalog entstehen, der nicht nur die mitarbeitenden Akteure zufrieden stellt, sondern auch im Gemeinderat auf Zustimmung stößt.
- ▶ In der nächsten Phase des Prozesses werden die Ziele, soweit möglich, umgesetzt. Aufgrund der breiten Abstimmung in der Erarbeitungsphase ist von einer weitestgehenden Verständigung bezüglich der Umsetzung auszugehen. In den

weiter bestehenden Arbeitsgruppen wird die Umsetzung begleitet, diskutiert und im Detail eventuelle Anpassungen vorgenommen.

- ▶ Im Rahmen einer Evaluierung der Umsetzung werden die Wirkungen dieser zu einem späteren Rahmen erhoben und mit den Ergebnissen der Situationsanalyse verglichen. Dabei ist ein mit der Situationsanalyse vergleichbares Vorgehen vorteilhaft.

Zusätzlich zu dem vorgeschlagenen Vorgehen bezüglich des Gemeindemarketings deuten sich folgende Bedarfe an:

- ▶ Die Kommunikation der Gemeinde sollte verbessert werden. So könnte im Lokalteil der ‚Rheinpfalz‘ öfter und intensiver über die Arbeit der Gemeindeverwaltung und die Aktivitäten im berichtet werden. Dazu ist eine stärkere Pressearbeit unumgänglich.
- ▶ Die Gemeindeverwaltung sollte intern klären, inwieweit auf die Vorschläge der Situationsanalyse eingegangen werden kann, vor allem hinsichtlich der Punkte Wirtschaftsförderung und Etablierung eines Standortmarketings.
- ▶ Um dem Ziel eines umfassenden Außenmarketings gerecht zu werden, sollten sich Vertreter von Parteien, Verwaltung, Vereinen und Gewerbe in einer gemeinsamen Sitzung auf das weitere Vorgehen verständigen. Dabei gilt es unter Berücksichtigung der Stärken-Schwächen-Analyse zu klären, auf welchen Potentialen aufbauend mit welcher Zielgruppe ein Außenmarketingprozess gestartet werden kann.
- ▶ Der Gewerbekreis sollte eine weitere Integration der Gewerbetreibenden anstreben und sich auf gemeinsame Ziele einigen.

I Dokumentation Expertenbefragung

In der Zeit zwischen 17. und 28. Mai 2004 wurden 18 Experten in Rülzheim befragt. Neben Vertretern der politischen Parteien und Gruppierungen im Gemeinderat sowie Vertretern von Gemeindeverwaltung und Schulen wurden Gespräche mit Gewerbetreibenden und Vereinsvorständen geführt. Die Gespräche wurden auf Tonband aufgezeichnet und dienten zur Orientierung im Ort und zur Vorbereitung der weiteren Untersuchungsschritte. Zusammenfassend ergaben sich folgende Punkte.

Stärken von Rülzheim:

- ▶ Verkehrsanbindung;
- ▶ Gemeinschaft / Vereine;
- ▶ Ruhe / Natur / dörflicher Charakter;
- ▶ Versorgung / kurze Wege.

Schwächen von Rülzheim:

- ▶ Arbeitsplatzangebot;
- ▶ Fokussierung auf Sozialgemeinde;
- ▶ Integrationsprobleme Aussiedler;
- ▶ Sport- und Spielplatzangebot / Veranstaltungsräume.

Hauptthemen:

- ▶ Arbeitsplatzmangel (Vermarktung Gewerbegebiet);
- ▶ Außendarstellung;
- ▶ Vermarktung Moby Dick (in einem Gesamtkonzept);
- ▶ Kommunikation und Absprache innerhalb der Gemeinde.

Einzelne Punkte:

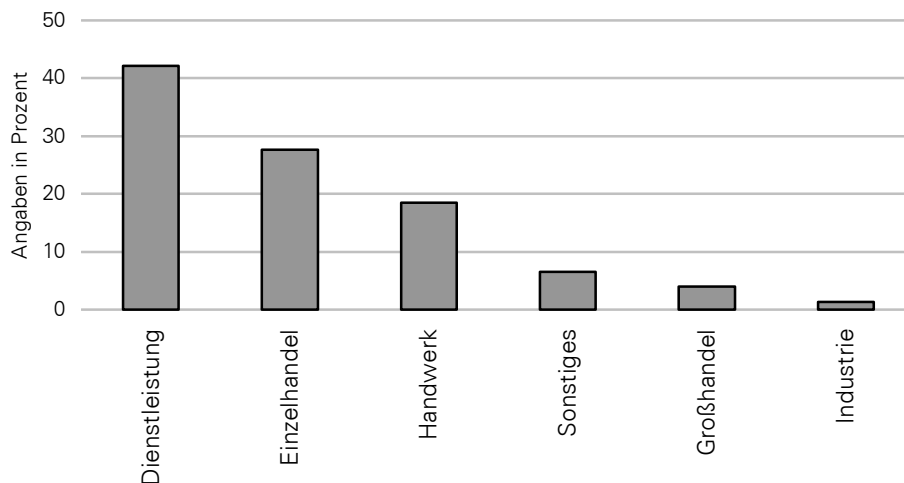
- ▶ Parksituation im Innerort und Verkehrsführung (sehr kontrovers);
- ▶ Fehlen einzelner Läden (Buchhandlung, Geschenke...);
- ▶ einheitliche Ladenöffnungszeiten;
- ▶ Versorgung im Bereich Gastronomie (kontrovers);
- ▶ Integration von Russlanddeutschen.

II Dokumentation Gewerbebefragung

- ▶ Im August 2004 wurden die Rülzheimer Gewerbetreibenden im Rahmen der Situationsanalyse zum Standortmarketing Rülzheim befragt.
- ▶ Insgesamt wurden 300 Gewerbetreibende angeschrieben.
- ▶ Nach dem Versand einer Erinnerung mit dem erneuten Aufruf des Bürgermeisters zur Teilnahme an der Befragung betrug der Rücklauf rund 25 %. 76 Fragebögen konnten ausgewertet werden.

Zusammensetzung und Struktur der befragten Unternehmen

II.1: Zusammensetzung der Unternehmen: Unternehmensart



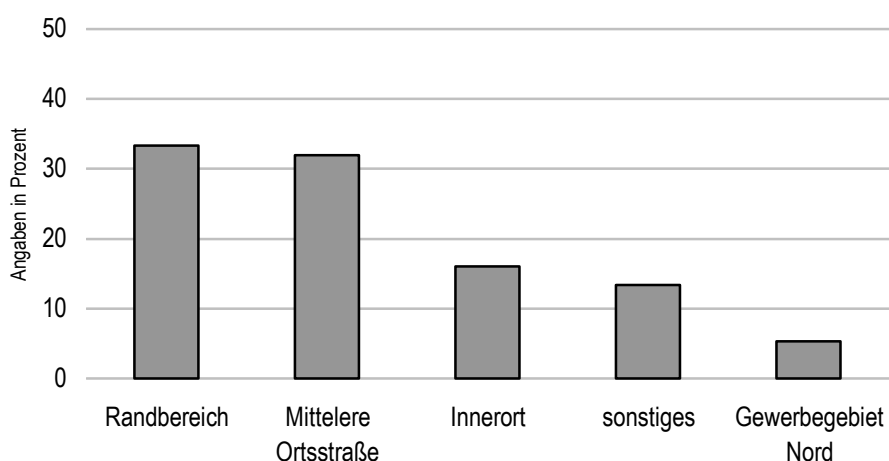
Handelt es sich bei Ihrem Unternehmen um....? n=76

- ▶ Mit 42 % aller Gewerbetreibenden nehmen die Dienstleistungsbetriebe die wichtigste Stellung ein, gefolgt von Einzelhandel (28 %) und Handwerk (18 %). Die Ausstattung mit Industrieunternehmen ist äußerst gering.

II.2 Betriebsform der Unternehmen

- ▶ 98 % der befragten Unternehmen werden selbstständig geführt. Nur bei zweien handelt es sich um Filial- oder Franchise-Betriebe.
- ▶ Die Unternehmensstruktur Rülzheims ist durch einen sehr hohen Anteil an eigenständigen Unternehmen gekennzeichnet. Die Stichprobe überhöht den Anteil an selbständigen Unternehmen, da sich diese überproportional häufig an der Befragung beteiligt haben.

II.3: Lage der Unternehmen



Wo befindet sich Ihr Betrieb? (n=75)

- ▶ Mit 32 % befindet sich ein Drittel der befragten Unternehmen in zentralster Lage. Zusammen mit den Unternehmen im Innerortbereich (16 %) bildet der Rülzheimer Ortskern den wesentlichen Standort für die ortsansässigen Unternehmen.
- ▶ Das Gewerbegebiet Nord ist Standort für rund 5 % der Unternehmen.

II.4: Betriebsgrößen und Stammkundenanteile

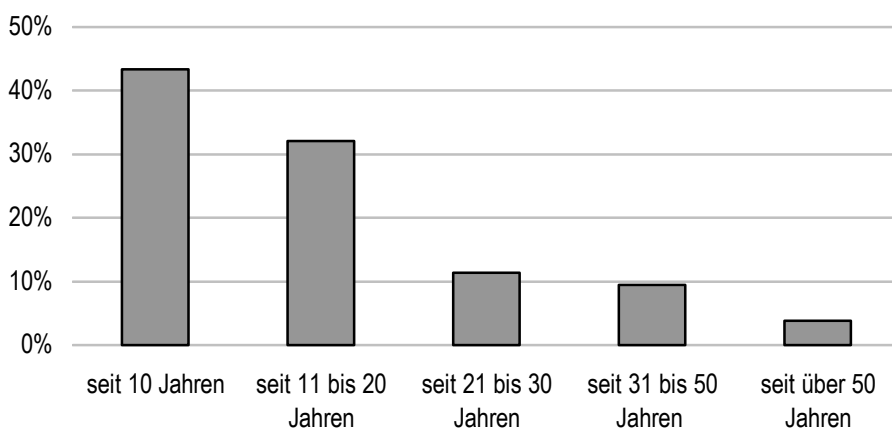
		Verkaufsfläche	sonstige Betriebsfläche	Mitarbeiter	Stammkundenanteil
Einzelhandel	n	18	12	9	21
	Median	88 m ²	175 m ²	5	70%
Dienstleistungen	n	12	22	12	32
	Median	35 m ²	68 m ²	3	50%
Handwerk	n	7	11	11	12
	Median	F	160 m ²	4	55%
Sonstiges ¹	n	1	9	5	9
	Median	F	140 m ²	F	80%
Gesamt	n	38	54	37	74
	Median	63 m ²	105 m ²	4	70%

^F Fallzahl zu gering

¹ Großhandel, Industrie und Sonstiges (v.a. Freiberufler)

- ▶ Im Mittel verfügen die Rülzheimer Unternehmen über gut 60 m² Verkaufsfläche und gut 100 m² sonstiger Betriebsfläche. Verkaufs- und Betriebsflächen fallen bei Einzelhandelsunternehmen überdurchschnittlich aus. Etwa die Hälfte der Rülzheimer Unternehmen wirtschaftet im Eigentum.
- ▶ Mit durchschnittlich 5 Mitarbeitern verfügen die Einzelhandelsunternehmen über den höchsten Personaleinsatz. Insgesamt arbeiten rund die Hälfte der Beschäftigten Vollzeit und knapp 30 % Teilzeit. Eine signifikante Differenzierung nach Unternehmensart ist hierbei nicht festzustellen.
- ▶ Der Stammkundenanteil liegt in allen untersuchten Unternehmensarten verhältnismäßig hoch.

II.5: Betriebsalter



Seit wann existiert Ihr Betrieb an diesem Standort? (n=53)

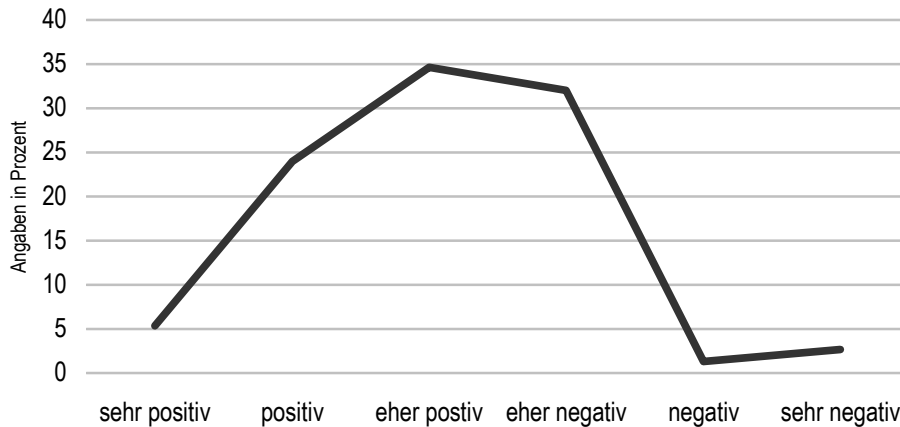
- ▶ Über 75 % der befragten Rülzheimer Unternehmen existieren an ihrem derzeitigen Standort seit maximal 20 Jahren.

II.6: Öffnungszeiten

- ▶ Die Öffnungszeiten der Rülzheimer Geschäfte sind verhältnismäßig heterogen.
- ▶ Der überwiegende Teil der Geschäfte mit festen Öffnungszeiten macht eine Mittagspause von mindestens anderthalb Stunden Länge.

Geschäftsentwicklung

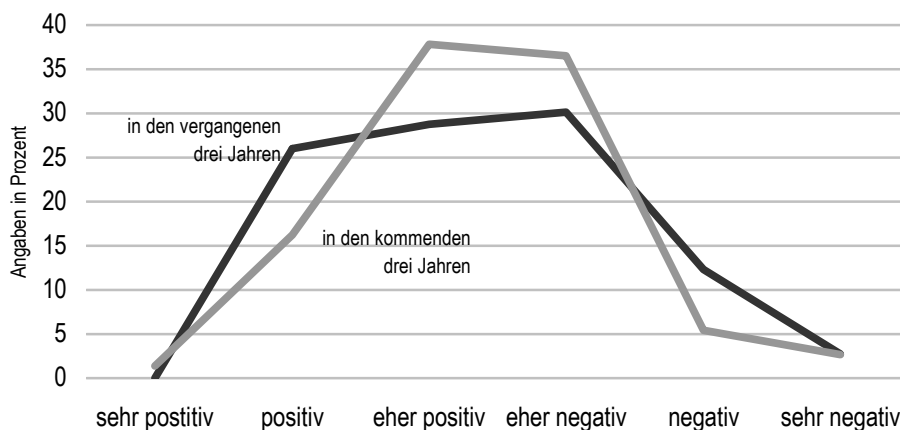
II.7: Zukünftige Betriebsentwicklung



Wie beurteilen Sie die zukünftige Entwicklung Ihres Betriebes?

- Die Rülzheimer Gewerbetreibenden sehen verhalten optimistisch in die Zukunft. 64 % beurteilen die Zukunft Ihres Betriebes als eher positiv, positiv oder sehr positiv. Ein Drittel betrachtet die Zukunft mit Sorge.

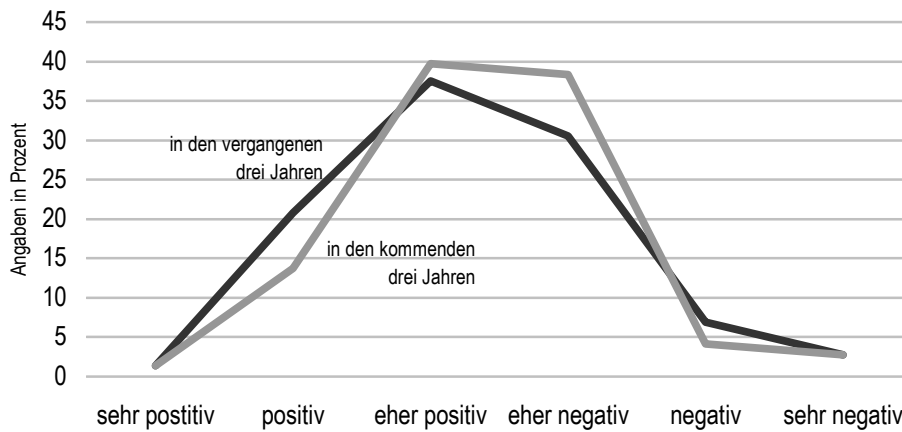
II.8: Umsatzentwicklung



Wie beurteilen Sie Ihre Umsatzentwicklung?

- Nur die Hälfte der Rülzheimer Gewerbetreibenden beurteilt die Umsatzentwicklung der vergangenen drei Jahre als positiv oder eher positiv. 29 % bzw. 30 % der Befragten konnten in letzter Zeit leichte negative bzw. positive Tendenzen beobachten. Allerdings beurteilt ein Viertel der Gewerbetreibenden die Entwicklung der vergangenen Jahre als positiv.
- Für die kommenden drei Jahren erwarten 55 % der Befragten positive oder eher positive Entwicklungen. Der Anteil derjenigen, die für Ihren Betrieb eine stagnierende Entwicklung vorausagen, steigt von 60 % auf 74 % deutlich an.

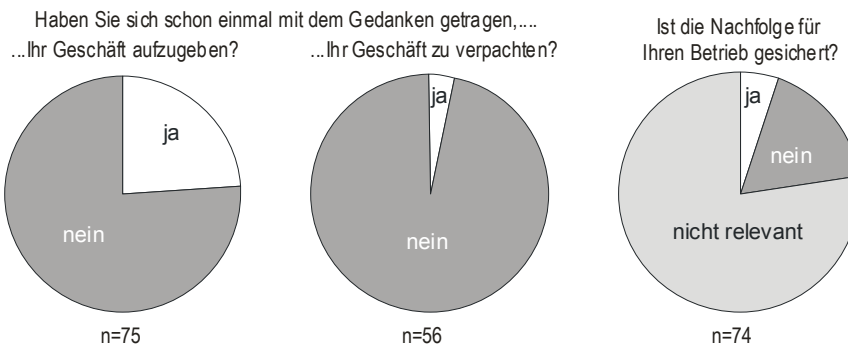
II.9: Kundenentwicklung



Wie beurteilen Sie Ihre Kundenentwicklung?

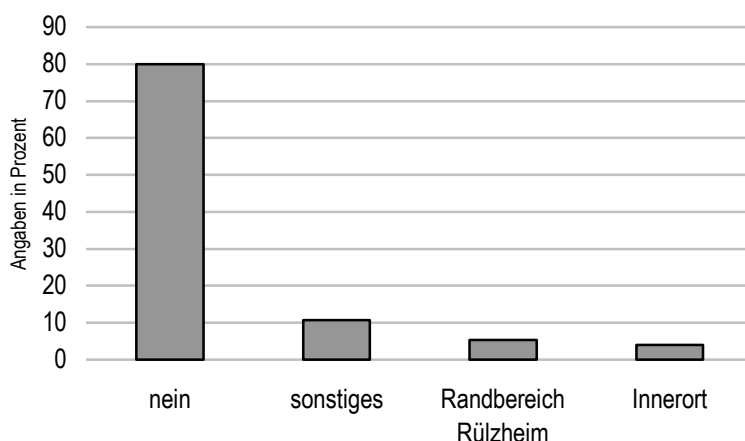
- ▶ Von 60 % der Unternehmen wird die Kundenentwicklung der letzten Jahre als positiv oder eher positiv eingeschätzt. Einen deutlichen negativen Trend sehen nur vergleichsweise wenige, während eine Stagnation der Kundenentwicklung (leicht negativ und leicht positiv) von beinahe 70 % festgestellt wurde.
- ▶ Für die kommenden Jahre wird eine in etwa ähnliche Situation erwartet. Allerdings rechnen die Unternehmen tendenziell eher mit einer weiteren Abnahme der Kundenzahl. Während in den vergangenen Jahren die eher positiven Einschätzungen noch deutlich über die eher negativen überwogen, wird in den kommenden Jahren eine Annäherung erwartet.

II.10: Zukunftspläne



- ▶ Ein Viertel der befragten Unternehmer hat in den letzten Jahren schon einmal daran gedacht, sein Geschäft aufzugeben.
- ▶ Trotz der hohen Eigentumsquote wird die Verpachtung der Geschäftsräume nur von wenigen Befragten als Alternative für die Zukunft gesehen.
- ▶ Für 23 % der Rülzheimer Gewerbetreibenden stellt sich in den kommenden Jahren die Frage nach einem Nachfolger. Rund ein Viertel der betroffenen Betriebe gibt an, dass seine Nachfolge gesichert sei.

II.11: Betriebsverlagerungen



Haben Sie schon einmal mit dem Gedanken gespielt, Ihren Betrieb zu verlagern? (n=75)

- ▶ 80 % der befragten Unternehmen streben für die kommenden Jahre keine Verlagerung Ihres Standortes an.
- ▶ Die Nachfrage nach Betriebsflächen im Innerort und im Randbereich der Gemeinde wird in etwa ausgeglichen sein.
- ▶ 10 % der Unternehmen erwägen eine Standortverlagerung in andere Gemeinden. Ein Großteil hiervon sieht Gewerbegebiete der umliegenden Gemeinden als ideale Standorte.

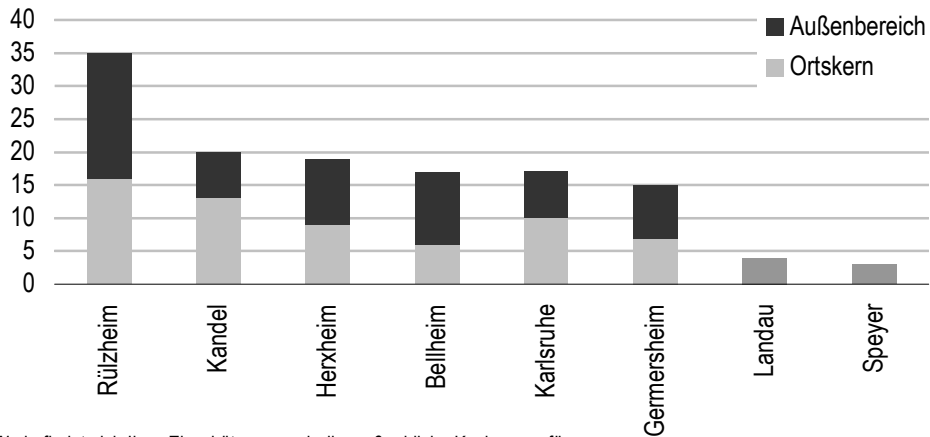
II.12: Anpassungsstrategien

	in den letzten 5 Jahren	zukünftig	nicht vorgenommen oder geplant
Erweiterung der Geschäftsfläche	20%	13%	67%
Verringerung der Geschäftsfläche	3%	6%	91%
Änderung des Verkaufsprinzips	9%	20%	72%
Aufstockung des Personalbestandes	9%	13%	78%
Verringerung des Personalbestandes	3%	16%	80%
Erweiterung des Sortiments/Angebotes	5%	28%	67%
Verringerung des Sortiments/Angebotes	2%	2%	97%
Spezialisierung im Sortiment/Angebot	5%	22%	73%
andere Maßnahmen	4%	18%	78%

- ▶ In den vergangenen Jahren haben 20 % der Rülzheimer Gewerbetreibenden ihre Geschäftsflächen vergrößert. Auch für die kommenden Jahre überwiegt die Tendenz zur Erweiterung der Geschäftsflächen.
- ▶ Während in den vergangenen Jahren mehr Unternehmen ihren Personalbestand vergrößert als verringert haben (9 % zu 3 %), muss in der nahen Zukunft damit gerechnet werden, dass mehr Gewerbetreibende Personal abbauen.
- ▶ Trotz verhaltener Zukunftsaussichten planen 28 % der Unternehmen eine Erweiterung ihres Angebotes. 22 % möchten sich weiter spezialisieren.

Konkurrenz und regionale Einbindung

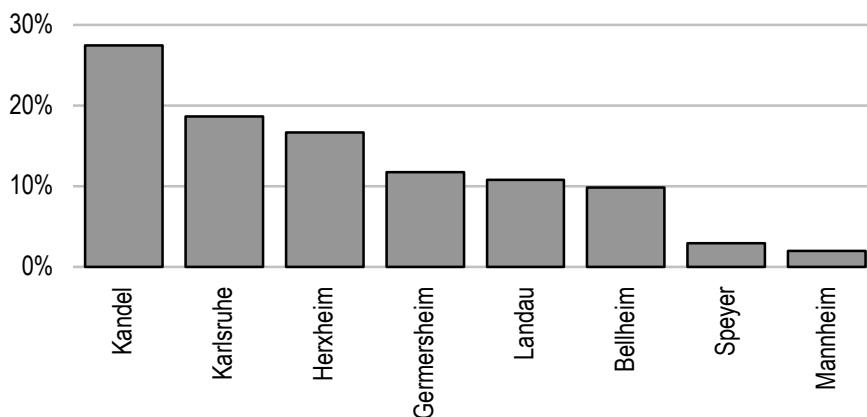
II.13: Konkurrenzstandorte



Wo befindet sich Ihrer Einschätzung nach die maßgebliche Konkurrenz für Ihren Betrieb? (nur Standorte mit mehr als einer Nennung)

- ▶ Die meisten befragten Unternehmen sehen die maßgebliche Konkurrenz für ihren Betrieb in Rülzheim selbst. Daneben bestehen Konkurrenzstandorte vor allem in Kandel, Herxheim, Bellheim, Karlsruhe und Germersheim.
- ▶ Während in Rülzheim, Kandel, Karlsruhe und Germersheim die Konkurrenz sowohl im Ortskern als auch im Randbereich gesehen werden, kann für Herxheim und Bellheim eine erhöhte Bedeutung der Außenbereiche festgestellt werden.

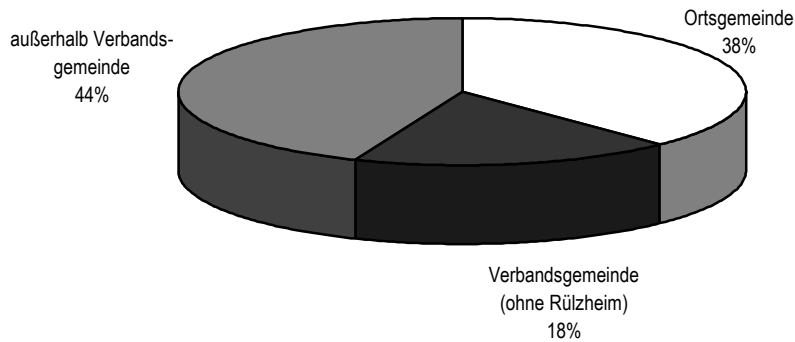
II.14: Einzelhandelskonkurrenz



In welcher Gemeinde sehen Sie die hauptsächliche Konkurrenz für den Rülzheimer Einzelhandel? (nur Standorte mit mehr als einer Nennung)

- ▶ Die maßgebliche Konkurrenz für den Rülzheimer Einzelhandel wird in Kandel gesehen. Aber auch die Nachbargemeinde Herxheim wird von 17 % der Befragten als Konkurrenzstandort gewertet. In Karlsruhe wird trotz seiner großen Einzelhandelszentralität nicht die hauptsächliche Konkurrenz für den Rülzheimer Einzelhandel vermutet.

II.15: Kundenherkunft



Wie setzt sich der Umsatz Ihres Betriebes zusammen (nach Kundengruppen)?

- ▶ Über die Hälfte der Umsätze Rülzheimer Unternehmen wird durch Kunden aus der Verbandsgemeinde Rülzheim erwirtschaftet. Der Großteil hiervon stammt aus der Ortsgemeinde.
- ▶ Je nach Unternehmensart fallen die Werte unterschiedlich aus. Der Einzelhandel erwirtschaftet mit 76 % den größten Anteil seines Umsatzes innerhalb der Verbandsgemeinde, während im Bereich der Dienstleistungen und der sonstigen Unternehmen die Umsatzanteile von Kunden außerhalb der Verbandsgemeinde überwiegen.

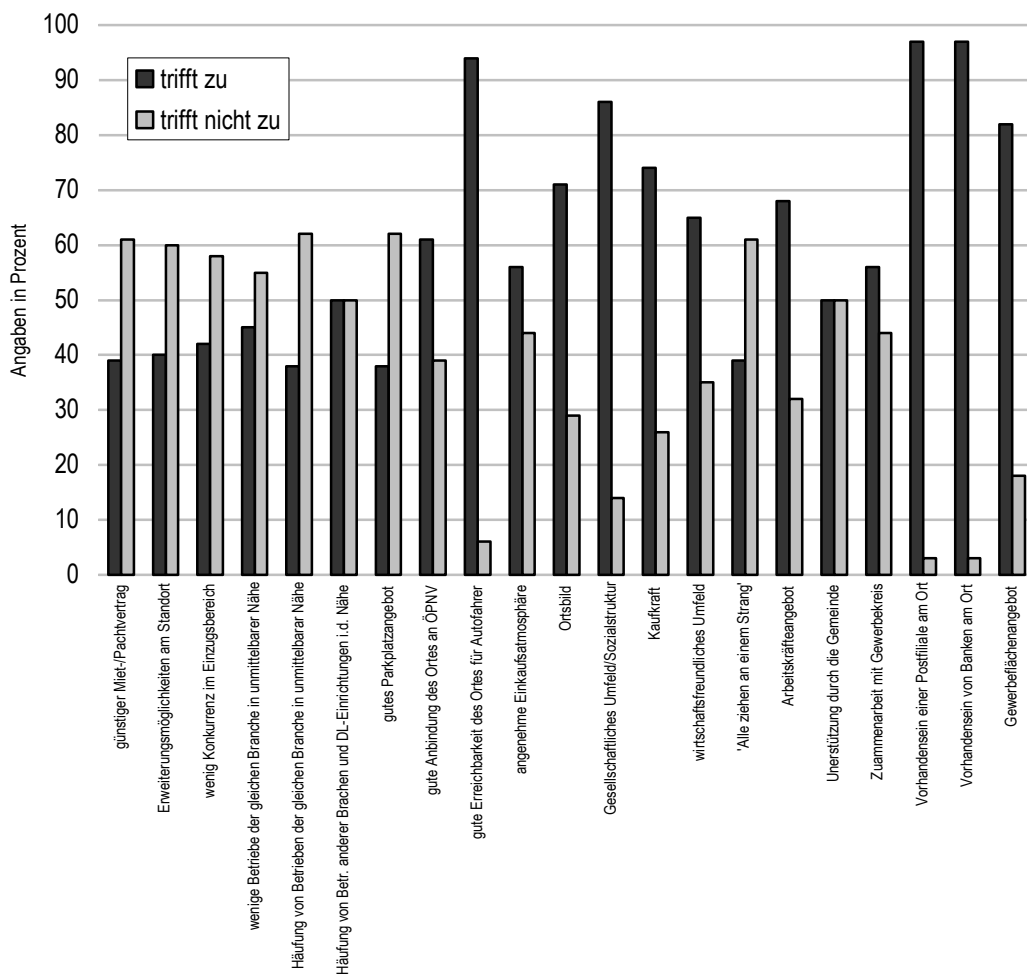
Bewertungen

II.16: Bedeutungsbeurteilung Standortfaktoren

	N	Mittelwert	Standard- abweichung
günstiger Miet-/Pachtvertrag	58	1,9	1,07
Erweiterungsmöglichkeiten am Standort	59	2,5	0,99
wenig Konkurrenz im Einzugsbereich	63	2,4	0,94
wenige Betriebe der gleichen Branche in unmittelbarer Nähe	63	2,1	0,95
Häufung von Betrieben der gleichen Branche in unmittelbarer Nähe	49	2,9	1,03
Häufung von Betrieben anderer Branchen und DL-Einrichtungen i. d. Nähe	64	2,4	1,04
gutes Parkplatzangebot	68	1,9	1,01
gute Anbindung des Ortes an ÖPNV	68	2,4	1,11
gute Erreichbarkeit des Ortes für Autofahrer	69	1,7	0,91
angenehme Einkaufsatmosphäre	68	2,0	1,00
Ortsbild	63	2,2	0,99
Gesellschaftliches Umfeld/Sozialstruktur	68	2,1	0,90
Kaufkraft	69	1,7	0,89
wirtschaftsfreundliches Umfeld	67	1,9	0,81
'Alle ziehen an einem Strang'	61	2,1	0,94
Arbeitskräfteangebot	64	2,3	0,89
Unerstützung durch die Gemeinde	66	2,0	0,88
Zusammenarbeit mit Gewerkekreis	65	2,6	0,95
Vorhandensein einer Postfiliale am Ort	69	1,7	0,83
Vorhandensein von Banken am Ort	71	1,6	0,87
Gewerbeflächenangebot	64	2,4	0,83

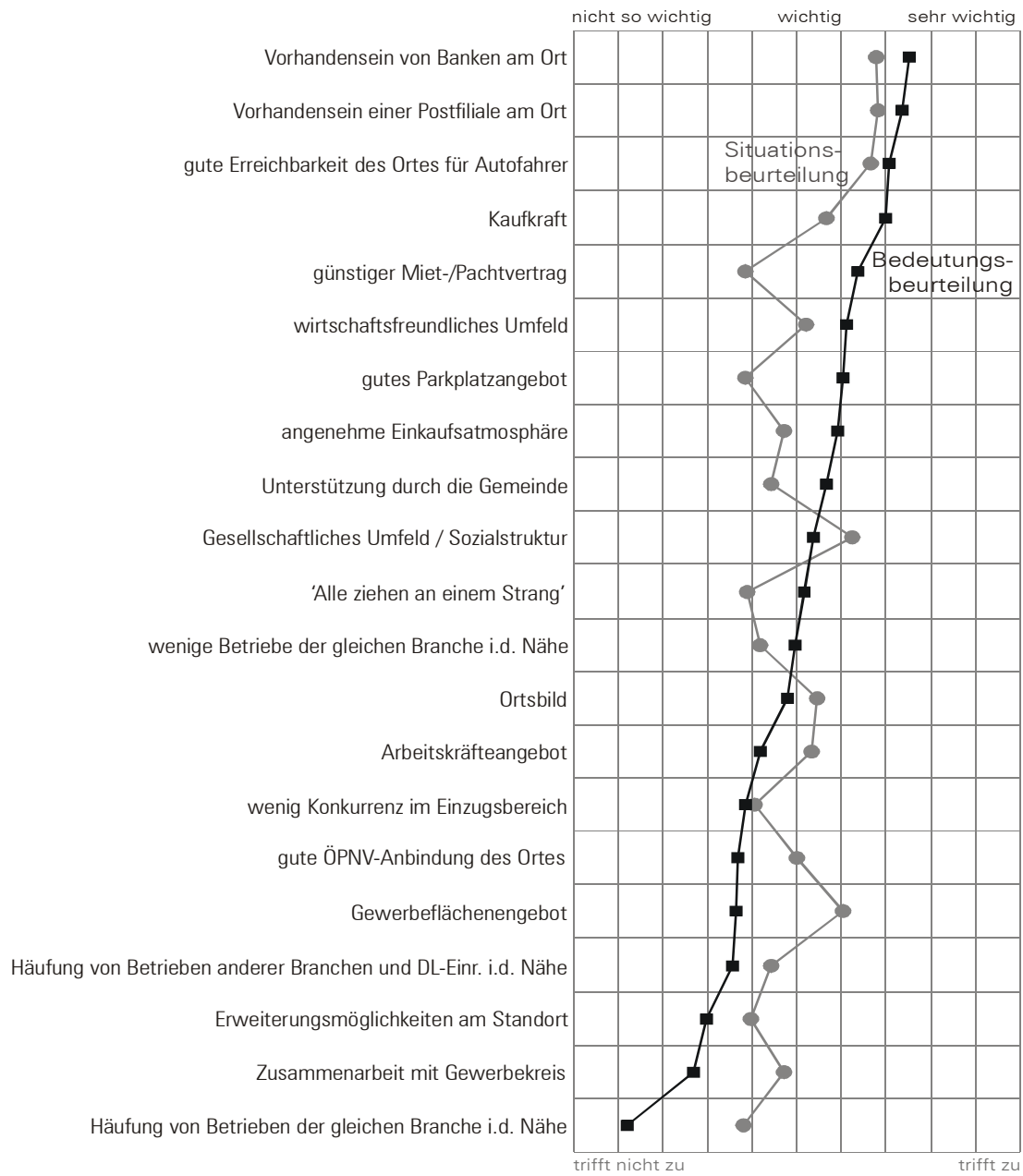
- ▶ Als besonders bedeutsam für ihren Standort schätzen die befragten Unternehmen folgende Punkte ein:
 - günstiger Miet-/Pachtvertrag;
 - gutes Parkplatzangebot;
 - gute Erreichbarkeit des Ortes für Autofahrer;
 - Kaufkraft;
 - wirtschaftsfreundliches Umfeld;
 - Vorhandensein einer Postfiliale vor Ort;
 - Vorhandensein von Banken vor Ort.
- ▶ Die Zusammensetzung der Branchen am Standort Rülzheim ist für die befragten Unternehmen nur von untergeordneter Bedeutung, ebenso wie das Gewerbeflächenangebot und die Erweiterungsmöglichkeiten am derzeitigen Standort.
- ▶ Eine Einbindung in den Gewerkekreis ist für die befragten Unternehmen nicht so wichtig.

II.17: Rülzheimer Standortfaktoren



- ▶ Die Rülzheimer Gewerbetreibenden beurteilen die Erreichbarkeit des Ortes für Autofahrer, das gesellschaftliche Umfeld, das Gewerbeflächenangebot und das Vorhandensein von Post und Banken als gut.
- ▶ Aus der Sicht der Hälfte der Gewerbetreibenden arbeitet Gemeinde mit den Gewerbetreibenden zusammen. Über 60 % der Befragten sehen keine Gemeinsamkeit der Gemeinde und Ihrer Bewohner bei der zukünftigen Entwicklung. Insgesamt attestieren jedoch beinahe 70 % der Befragten der Gemeinde Rülzheim das Vorhandensein eines wirtschaftsfreundlichen Umfeldes.
- ▶ Während die Erreichbarkeit des Ortes für Autos als gut angesehen werden kann, stellen 62 % der Unternehmen eine mangelnde Ausstattung mit Parkraum fest. Die gute Erreichbarkeit der Gemeinde mit dem ÖPNV ist für 61 % gegeben.

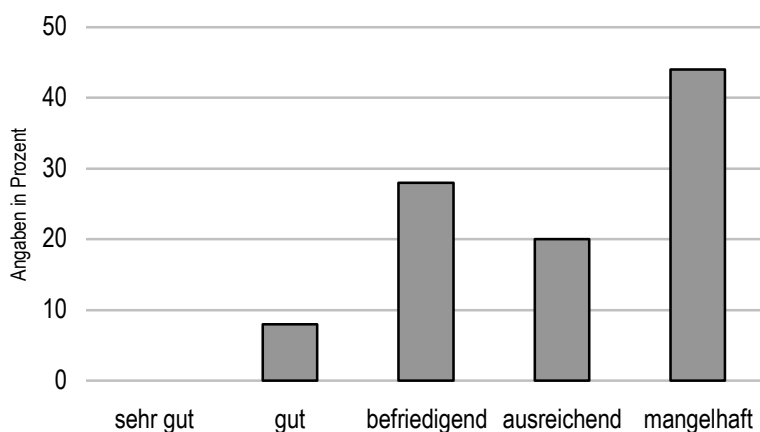
II.18: Gegenüberstellung von Bedeutung der Standortfaktoren und der aktuellen Situation



► Der Vergleich der Bedeutungsbeurteilung und der aktuellen Situationswahrnehmung der Befragten hinsichtlich wichtiger Standortfaktoren ergibt Defizite vor allem in folgenden Bereichen:

- Kaufkraft;
- günstige Mieten;
- wirtschaftsfreundliches Umfeld;
- Parkplatzangebot;
- Einkaufsatmosphäre;
- Unterstützung durch die Gemeinde;
- gemeinschaftliches Vorgehen.

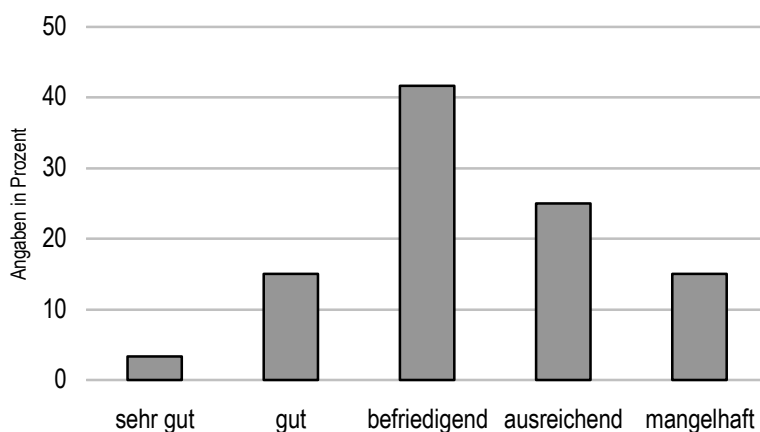
II.19: Beurteilung Parkplatzsituation



Wie beurteilen Sie die Parkplatzsituation im Rülzheimer Ortskern? (n=75)

- ▶ Die Parkplatzsituation im Rülzheimer Innerort wird durchschnittlich mit der Note 4,0 (ausreichend) bewertet. Allerdings stehen sich zwei große Gruppen gegenüber: Die eine bewertet die Situation als mangelhaft, die andere als überwiegend befriedigend.
- ▶ Die Befragten, die ihren Unternehmensstandort direkt an der mittleren Ortsstraße haben, beurteilen die Parkplatzsituation mit einer Durchschnittsnote von 4,2 nochmals etwas schlechter.

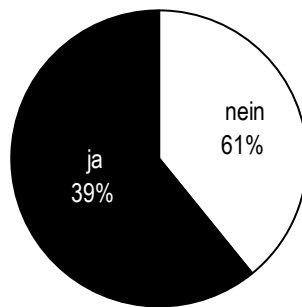
II.20: Benotung Unterstützung



Wie fühlen Sie sich als Gewerbetreibender in Rülzheim vertreten?

- ▶ Die Rülzheimer Gewerbetreibenden benoten die Unterstützung, die ihnen zuteil wird, mit 3,3 (befriedigend). Allerdings fällt auch hierbei eine große Gruppe (40 %) auf, die sich nur ausreichend oder mangelhaft vertreten fühlt. Dagegen geben nur 18 % der Befragten an, sich sehr gut oder gut vertreten zu fühlen.

II.21: Aktivitäten im Bereich Standortmarketing



Betreibt die Gemeinde Ihrer Meinung nach genügend Standortmarketing/Wirtschaftsförderung?

- ▶ Nach Ansicht der Rülzheimer Gewerbetreibenden tut die Gemeinde bislang zu wenig im Bereich des Standortmarketings und der Wirtschaftsförderung.

II.22: Zusammenfassung: Stärken und Schwächen aus Sicht der Gewerbetreibenden

Stärken	Gewerbebefragung	Schwächen
Lage		
Verkehrsanbindung		Parkplätze und Verkehr
Ortsbild und dörflicher Charakter		Image
Sport- und Freizeitmöglichkeiten		soziales Leben außerhalb der Vereine
Moby Dick und Freizeitzentrum		Gastronomie
Vereine		fehlende Arbeitsplätze
hohe Lebensqualität		mangelnde Unterstützung für Gewerbe
soziale Einrichtungen/Schulen/Kultur		Gewerbekreis
Infrastruktur		Politik
Einzelhandel		träge Verwaltung
Kaufkraft		mangelnde Integration/Klüngel
Ortskern mit Geschäften		

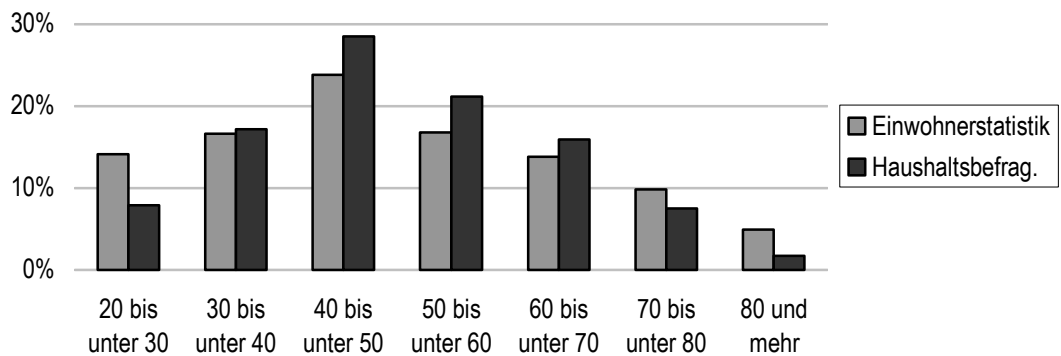
- ▶ In der zusammenfassenden Auswertung zu den Stärken und Schwächen äußern sich die bereits zuvor angesprochenen Punkte.
- ▶ Positiv werden vor allem die Verkehrsanbindung Rülzheims, die Sport- und Freizeitmöglichkeiten sowie die Geschäfte im Ortskern bewertet.
- ▶ Negativ ist aus Sicht der Gewerbetreibenden vor allem die Arbeit der Verwaltung zu bewerten, die einem Großteil als konzeptlos und träge erscheint. Die Versorgung des Innerorts mit Parkplätzen wird ebenso wie die Verkehrsführung kritisiert.

III Dokumentation Haushaltsbefragung

- ▶ Im Oktober wurden 4000 Rülzheimer angeschrieben und zur Teilnahme an einer Haushaltsbefragung aufgerufen. Jedem Haushalt ging ein Fragebogen zu, der von derjenigen Person zu beantworten war, die mindestens 16 Jahre alt war und zuletzt Geburtstag hatte.
- ▶ 619 ausgefüllte Bögen wurden ausgefüllt und portofrei zurückgesandt.
- ▶ 579 Bögen konnten in die Auswertung aufgenommen werden. Damit haben 8,5 % der Bewohner Rülzheims (über 16 Jahren) an der Befragung teilgenommen.

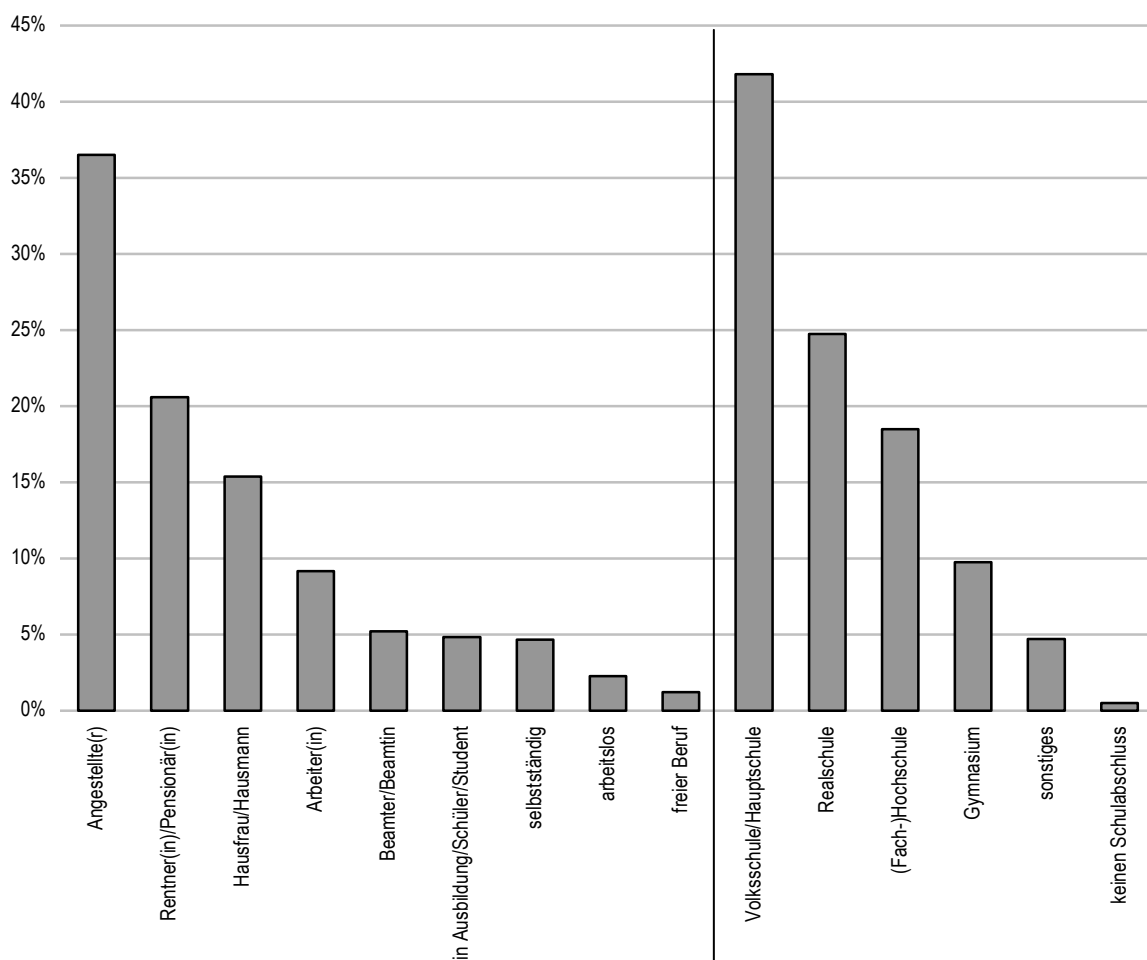
Zusammensetzung der Stichprobe und soziodemographische Daten

III.1: Alterszusammensetzung und Geschlecht der Befragten



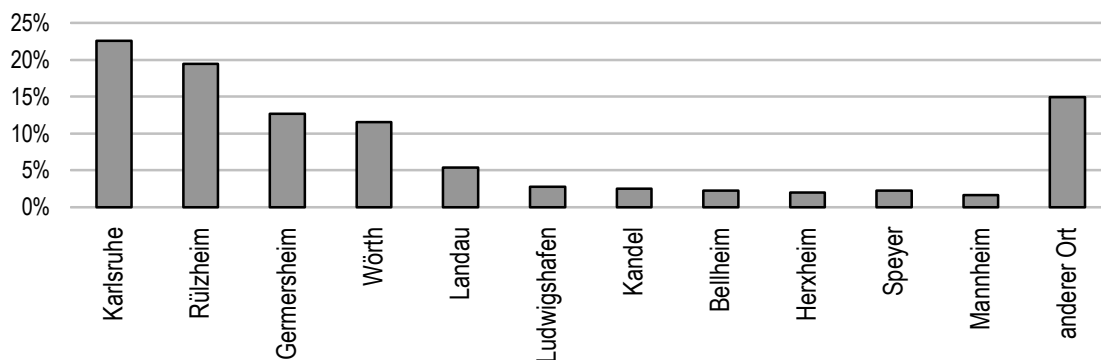
- ▶ Die Haushaltsbefragung bildet den Altersaufbau der Rülzheimer Bevölkerung relativ gut ab.
- ▶ Die jungen Altersgruppen (unter 30) sind ebenso wie die über 70-Jährigen in der Stichprobe unterrepräsentiert,
- ▶ Überrepräsentiert sind die Altersgruppen der 30- bis unter 70-Jährigen, denen die Entwicklung der Gemeinde aufgrund der Einbindung in das öffentliche Leben besonders wichtig erscheint.
- ▶ Frauen sind in der Stichprobe mit 56 % überrepräsentiert.

III.2: Ausbildung und Beruf



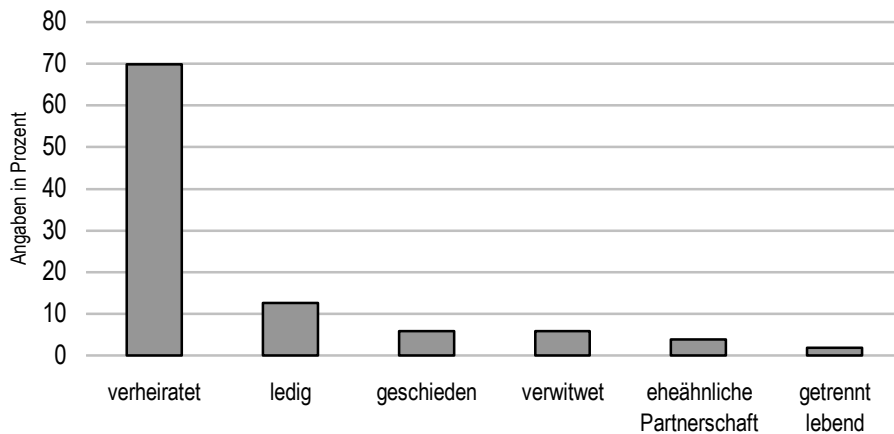
- ▶ Die meisten Rülzheimer arbeiten als Angestellte. An zweiter Position folgen Rentner und Pensionäre, an dritter noch vor den Arbeitern die Hausfrauen und Hausmänner. Bei der Interpretation ist der Frauenüberschuss in der Stichprobe zu berücksichtigen.
- ▶ Der Volks-/Hauptschulabschluss ist mit über 40 % am häufigsten vertreten. 18 % verfügen über ein Hoch- oder Fachhochschulstudium.

III.3: Arbeits- und Ausbildungsorte



- ▶ Die meisten Rülzheimer in Karlsruhe. An zweiter Stelle folgt Rülzheim selbst vor Germersheim, Wörth und Landau.

III.4: Familienstand und Haushaltsgrößen



- ▶ Knapp 70 % der Befragten sind verheiratet, 17 % ledig (23 % davon leben in einer eheähnlichen Partnerschaft). Dies hebt sich von der Einwohnerstatistik ab, die einen Ledigenanteil von 38 % und einen Verheiratetenanteil von 48 % angibt.
- ▶ Aus der Diskrepanz von Stichprobe und Einwohnerstatistik erklärt sich auch der relativ geringe Anteil an Einpersonenhaushalten in der Befragung (13 %). In 31 % der Haushalte leben Kinder unter 16 Jahren.

III.5: Zuzugsjahre und Begründungen für den Umzug nach Rülzheim

	geboren	zugezogen	geboren, aber zwischen durch woanders gelebt
vor 1935	15	2	0
1935 bis 1944	24	4	1
1945 bis 1954	38	10	5
1955 bis 1964	55	25	1
1965 bis 1974	37	36	2
1975 bis 1984	18	70	5
1985 bis 1994	14	67	12
1995 bis 2004	1	87	13
Summe	202	301	39

Frage: Seit welchem Jahr leben Sie in Rülzheim?

- ▶ Über die Hälfte der befragten Rülzheimer ist nicht in Rülzheim geboren. 28 % der Befragten sind in den vergangenen 20 Jahren nach Rülzheim gezogen.
- ▶ Gut 7 % der Befragten sind nach einem Aufenthalt in anderen Orten wieder zurück nach Rülzheim gekommen.
- ▶ Die Zuzugsentscheidung ist meist von familiären Gründen geleitet (36 %). In 22 % war das Finden einer geeigneten Wohnung oder eines Bauplatzes ausschlaggebender Grund für den Umzug nach Rülzheim. 19 % der Befragten geben berufliche Gründe an.

Allgemeine Bewertungen

III.6: Leben Sie gerne in Rülzheim?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr gerne	220	38,0	38,4	38,4
	gerne	291	50,3	50,8	89,2
	unentschieden	46	7,9	8,0	97,2
	nicht so gerne	12	2,1	2,1	99,3
	überhaupt nicht gerne	1	,2	0,2	99,5
	weiß nicht	3	,5	0,5	100,0
Gesamt		573	99,0	100,0	
Fehlend	k. A.	6	1,0		
Gesamt		579	100,0		

- ▶ Fast 90 % der Befragten leben gerne oder sehr gerne in Rülzheim.

III.7: Wie beurteilen Sie Rülzheim allgemein in folgenden Punkten?

	N	Q _{1/2}	Q _{4/5}	Mittelwert	Standardabweichung
Naherholungsangebot	554	1	3	2,0	0,772
Freizeitangebot	560	1	3	2,1	0,870
Gemeindeverwaltung	550	2	3	2,5	0,845
Vereine	540	1	2	1,8	0,697
kulturelles Angebot	536	2	4	2,9	1,098
Freizeitmöglichkeiten außerhalb von Vereinen	527	2	4	2,9	1,090
Sportmöglichkeiten außerhalb der Vereine	522	2	4	2,8	1,112
Angebote für Kinder	445	2	4	2,9	1,132
Gastronomie	561	2	4	3,2	1,112
öffentlicher Nahverkehr	505	2	5	3,3	1,157
Verkehrssituation	544	2	4	3,2	1,085
medizinische Versorgung	566	2	3	2,2	0,829
Schule/Kindergarten	483	2	3	2,1	0,772
Einkaufsmöglichkeiten	571	2	3	2,5	0,898
Banken/Sparkassen	568	2	2	2,0	0,762
Veranstaltungsräume	504	2	4	2,7	1,035
Sportplätze	524	2	3	2,3	0,864
Kinderspielplätze	469	2	5	3,3	1,216
Sozialstation	441	1	2	1,9	0,753
Altenpflege	442	1	2	2,1	0,886

- ▶ Die Vereine, das Naherholungsangebot, das Angebot der Banken und Sparkassen sowie die Versorgung durch die Sozialstation werden überdurchschnittlich bewertet.
- ▶ Vergleichsweise schlechte Werte verzeichnen die Spielplätze, der öffentliche Nahverkehr, die Verkehrssituation und die Gastronomie.

III.8: Benotung nach Alter (Gesamtnote)

Altersgruppe	N	Mittelwert	Standardabweichung
unter 18	6	3,0	0,632
18 bis 29	45	2,2	0,614
30 bis 39	97	2,3	0,590
40 bis 49	161	2,5	0,715
50 bis 59	119	2,5	0,636
60 bis 69	89	2,3	0,522
70 bis 79	42	2,2	0,552
über 79	10	2,3	0,483
Insgesamt	569	2,4	0,636

Frage: Welche Note würden Sie Rülzheim alles in allem geben?

- ▶ Insgesamt vergeben die Befragten für Rülzheim die Note 2,4, wobei die Note sehr gut 18 mal vergeben wurde und die Noten ausreichend bis mangelhaft 28 mal. 64 % der Rülzheimer geben der Gemeinde die Noten sehr gut oder gut.
- ▶ Die verschiedenen Altersgruppen unterscheiden sich kaum in der Bewertung Rülzheims. Lediglich die unter 18-Jährigen geben mit einer 3,0 eine schlechtere Gesamtnote.

III.9: Benotung nach Anzahl der im Haushalt lebenden Kinder (unter 16 Jahren)

Anzahl Kinder	N	Mittelwert	Standardabweichung
keine Kinder	392	2,36	0,645
ein Kind	89	2,39	0,596
zwei Kinder	79	2,41	0,610
drei und mehr Kinder	8	2,63	0,916
Insgesamt	568	2,38	0,636

Frage: Welche Note würden Sie Rülzheim alles in allem geben?

- ▶ Mitglieder von Haushalten ohne Kinder benoten Rülzheim geringfügig besser als solche aus Haushalten mit Kindern. Mit zunehmender Kinderzahl nimmt die Durchschnittsnote leicht ab.

III.10: Bewertung des Angebotes an Handwerk

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig sehr gut	40	6,9	7,0	7,0
gut	285	49,2	49,7	56,6
befriedigend	136	23,5	23,7	80,3
ausreichend	46	7,9	8,0	88,3
mangelhaft	18	3,1	3,1	91,5
weiß nicht	49	8,5	8,5	100,0
Gesamt	574	99,1	100,0	
Fehlend k. A.	5	,9		
Gesamt	579	100,0		

Frage: Wie beurteilen Sie Rülzheim bezüglich des Angebots an Handwerkern?

- ▶ Die Handwerker in Rülzheim werden mit einer Durchschnittsnote von 2,5 bewertet. Über die Hälfte empfindet das Angebot als sehr gut oder gut.
- ▶ Vermisst werden insbesondere ein Schuhmacher, ein Schlosser, ein Schneider, ein Elektriker sowie ein Uhrmacher/Goldschmied. Darüber hinaus besteht der Wunsch nach einer besseren Zusammenarbeit des Handwerks untereinander.

III.11: Assoziationen mit Rülzheim

Item	Anzahl	Anteil
Moby Dick/Schwimmbad	130	17,2%
Vereine/Vereinsleben (auch einzelne Vereine)	56	7,4%
Zuhause/Heimat/Geburtsort	50	6,6%
Wald/Natur/Umgebung	46	6,1%
Dorf/Überschaubarkeit/kleiner Ort/ländlich/familiär	33	4,4%
Geschäfte/Einkaufsmöglichkeiten	30	4,0%
Lage/Anbindung/Erreichbarkeit	29	3,8%
Freizeit/Kultur	26	3,4%
Freunde/Bekannte/Nachbarn	25	3,3%
Dampfnudel	21	2,8%
Kirche/Kirchturm	20	2,6%
Streichelzoo	17	2,2%
Verwandte/Familie	16	2,1%
Lebensqualität/gutes Leben	14	1,8%
Wohnung/Haus	12	1,6%
nette/freundliche Leute	12	1,6%
Feste/Kerwe/Festwiese	11	1,5%
Ruhe/Erholung	10	1,3%
Gemeinschaft	9	1,2%
Mittlere Ortsstraße/Innerort	9	1,2%
Verwaltung/Verbandsgemeinde	8	1,1%
Sport/Sportanlagen/Sportmöglichkeiten/Radwege	8	1,1%
<i>konservativ/altmodisch/rückständig</i>	8	1,1%
<i>schlechte Politik/Vetternwirtschaft</i>	8	1,1%
<i>Verkehrs- und Parkplatzprobleme</i>	7	0,9%
schöner Ort	6	0,8%
Bahnhof/Bahnanschluss	6	0,8%
Altenheim/Braunsche Stiftung	5	0,7%
Sauberkeit/Sicherheit/Ordnung	5	0,7%
ärztliche Betreuung/medizinische Versorgung	5	0,7%
Infrastruktur	5	0,7%
<i>Aussiedler/Russen</i>	5	0,7%
<i>zu teures Schwimmbad</i>	5	0,7%
Zeltplatz/Campingplatz	4	0,5%
<i>spießig/engstirnig</i>	4	0,5%
Vereinsdorf	3	0,4%
Schule/Kindergarten	3	0,4%
Bürgermeister Schwindhammer	3	0,4%
Fortschritt/modern	3	0,4%
Arbeitsplatz	3	0,4%
alles da	3	0,4%
<i>Ausländer</i>	3	0,4%
<i>übermächtige Vereine</i>	3	0,4%
<i>mangelhaftes Ortsbild</i>	3	0,4%
sonstiges (neutral/gut)	45	5,9%
<i>sonstiges (schlecht)</i>	20	2,6%

- ▶ Über 91 % der Befragten assoziieren mit Rülzheim positiv oder neutral besetzte Begriffe. An den ersten Positionen stehen das Schwimmbad, die Vereine, die Heimat sowie der dörfliche Charakter und die ländliche Umgebung.
- ▶ Bei den negativen Nennungen (insgesamt unter 9 %) dominiert zum einen die Kritik am Politikstil in Rülzheim und zum anderen die an der Parkplatz- und Verkehrssituation.

Einkaufen in Rülzheim

III.12: Einkaufshäufigkeit in Rülzheim

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	täglich	133	23,0	23,1	23,1
	4-5 mal in der Woche	98	16,9	17,0	40,0
	2-3 mal in der Woche	218	37,7	37,8	77,8
	einmal in der Woche	91	15,7	15,8	93,6
	seltener	37	6,4	6,4	100,0
Gesamt		577	99,7	100,0	
Fehlend	k. A.	2	0,3		
Gesamt		579	100,0		

Frage: Wie häufig kaufen Sie in Rülzheim ein?

- ▶ Die meisten Befragten kaufen zwei bis dreimal in der Woche in Rülzheim ein. Ein Viertel (23 %) gehen täglich zum Einkauf in Rülzheimer Geschäfte.

III.13: Einschätzung der Bedeutung von verschiedenen Faktoren beim Einkauf allgemein und Bewertung für Rülzheim

	Bedeutung (für Einkauf allgemein)	Durchschnittsnote für Rülzheim	Anteil der Befragten, die Situation als sehr gut oder gut einschätzen
Sauberkeit	1,4	2,0	84%
Freundlichkeit	1,4	2,2	73%
günstige Angebote	1,6	2,9	36%
Service	1,6	2,3	69%
Parkmöglichkeiten	1,7	2,9	43%
große Auswahl	1,7	3,1	28%
Erreichbarkeit	1,7	2,1	76%
Fachgeschäfte	2,0	2,8	42%
Öffnungszeiten	2,0	2,4	66%
Ortsbild	2,3	2,5	58%
Flair/Erlebnis	2,4	3,1	30%

- ▶ Am wichtigsten ist den Kunden beim Einkauf neben Sauberkeit, Freundlichkeit und Service das Vorhandensein günstiger Angebote. Die Verfügbarkeit von Fachgeschäften, die Öffnungszeiten sowie das Ortsbild und der Flair sind den meisten Befragten dagegen nicht so wichtig.
- ▶ Die beste durchschnittliche Bewertung erreicht der Rülzheimer Einzelhandel für seine Sauberkeit, Erreichbarkeit und Freundlichkeit. Dagegen werden die Auswahl und der Flair beim Einkauf als eher schlecht bewertet.
- ▶ In den Bereichen Angebote, Auswahl und Parkmöglichkeiten weichen die Erwartungen der Kunden stark von der derzeitigen Situation in Rülzheim ab. Hier besteht Handlungsbedarf.

III.14: Zufriedenheit mit den Öffnungszeiten

es ist so alles in Ordnung	204
es sollte etwas geändert werden, nämlich*:	360
einheitliche Öffnungszeiten	229
mittags durchgehend geöffnet	160
morgens früher öffnen	44
abends länger geöffnet	96

* Mehrfachnennungen waren möglich

Frage: Was sollte Ihrer Meinung nach an den Öffnungszeiten der Rülzheimer Geschäfte geändert werden?

- ▶ Insgesamt werden die Öffnungszeiten der Rülzheimer Geschäfte mit 2,4 bewertet.
- ▶ 62 % der Befragten machen Änderungsvorschläge bezüglich der Öffnungszeiten. Ein Großteil davon wünscht sich einheitliche Zeiten.

III.15: Der attraktivste Einkaufsort in der Region

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent
Gültig	Landau	141	24,4	28,1
	Karlsruhe	98	16,9	19,6
	Kandel	84	14,5	16,8
	Germersheim	55	9,5	11,0
	Rülzheim	51	8,8	10,2
	Speyer	33	5,7	6,6
	Mannheim	11	1,9	2,2
	Herxheim	9	1,6	1,8
	Bellheim	6	1,0	1,2
	Rheinzabern	3	0,5	0,6
	anderer Ort	10	1,7	2,0
	Gesamt	501	86,5	100,0
Fehlend	k. A.	78	13,5	
	Gesamt	579	100,0	

Frage: Welchen Ort halten Sie für den attraktivsten Einkaufsort in der Region?

- ▶ Für die meisten Befragten ist Landau der attraktivste Einkaufsort der Region. Knapp 20 % kaufen am liebsten in Karlsruhe, gefolgt von Kandel. Mit Abstand folgen Germersheim, Rülzheim und Speyer.

III.16: Einkaufsorte der Rülzheimer

	Lebensmittel (täglicher Bedarf)		Lebensmittel (Großeinkauf)		Gesundheit/ Körperpflege		Einrichtungsbedarf/Möbel		Bekleidung		festliche/gute Kleidung		Schuhe		Uhren/ Schmuck	
	Häuf	Proz	Häuf	Proz	Häuf	Proz	Häuf	Proz	Häuf	Proz	Häuf	Proz	Häuf	Proz	Häuf	Proz
Rülzheim	532	93,2%	224	39,8%	384	68,4%	3	0,6%	58	10,4%	28	5,1%	53	9,3%	86	16,8%
Karlsruhe	5	0,9%	29	5,2%	26	4,6%	77	14,3%	240	42,9%	320	58,8%	133	23,4%	165	32,2%
Landau	4	0,7%	18	3,2%	27	4,8%	89	16,5%	142	25,4%	108	19,9%	86	15,1%	81	15,8%
Germersheim	6	1,1%	156	27,7%	95	16,9%	9	1,7%	20	3,6%	3	0,6%	38	6,7%	22	4,3%
Herxheim	5	0,9%	51	9,1%	8	1,4%	249	46,3%	10	1,8%	7	1,3%	57	10,0%	33	6,4%
Kandel	3	0,5%	5	0,9%	3	0,5%	1	0,2%	19	3,4%	10	1,8%	127	22,4%	42	8,2%
Bellheim	6	1,1%	24	4,3%	5	0,9%	54	10,0%	3	0,5%	2	0,4%	4	0,7%	13	2,5%
Speyer			2	0,4%	3	0,5%	3	0,6%	23	4,1%	16	2,9%	25	4,4%	14	2,7%
Mannheim	1	0,2%	1	0,2%	1	0,2%	3	0,6%	5	0,9%	19	3,5%	6	1,1%	6	1,2%
Rheinzabern	4	0,7%	33	5,9%	1	0,2%							5	0,9%		
Bornheim																
Walldorf							18	3,3%								
Ludwigshafen					2	0,4%					1	0,2%	1	0,2%	1	0,2%
Wörth	1	0,2%	1	0,2%												
Internet					2	0,4%	7	1,3%	7	1,3%	4	0,7%	1	0,2%	16	3,1%
Katalog									3	0,5%	1	0,2%			1	0,2%
anderer Ort	4	0,7%	19	3,4%	4	0,7%	25	4,6%	30	5,4%	25	4,6%	32	5,6%	32	6,3%
Gesamt	571		563		561		538		560		544		568		512	
k. A.	8		16		18		41		19		35		11		67	

	Unterhaltungselektronik		Bücher		Schreibwaren		Video/CDs/ DVDs		Elektrogeräte/Leuchten		Foto/Optik		Spiel/Sport/Hobby		Baumarkt/ Handwerk		Auto/Kfz-Zubehör	
	Häuf	Proz	Häuf	Proz	Häuf	Proz	Häuf	Proz	Häuf	Proz	Häuf	Proz	Häuf	Proz	Häuf	Proz	Häuf	Proz
Rülzheim	108	20,4%	49	9,1%	413	74,0%	43	8,7%	110	20,4%	186	35,6%	140	27,3%	117	21,1%	138	26,2%
Karlsruhe	168	31,7%	125	23,3%	48	8,6%	174	35,4%	128	23,7%	131	25,1%	143	27,9%	31	5,6%	35	6,6%
Landau	171	32,3%	135	25,1%	33	5,9%	149	30,3%	176	32,6%	106	20,3%	94	18,4%	140	25,3%	70	13,3%
Germersheim	17	3,2%	49	9,1%	25	4,5%	40	8,1%	55	10,2%	20	3,8%	27	5,3%	208	37,5%	168	31,9%
Herxheim	3	0,6%	14	2,6%	12	2,2%	2	0,4%	14	2,6%	3	0,6%	18	3,5%	2	0,4%	41	7,8%
Kandel	5	0,9%	22	4,1%	5	0,9%	1	0,2%	6	1,1%	7	1,3%	24	4,7%	10	1,8%	18	3,4%
Bellheim	4	0,8%	27	5,0%	4	0,7%	1	0,2%	4	0,7%	12	2,3%	5	1,0%	10	1,8%	10	1,9%
Speyer	13	2,5%	17	3,2%	3	0,5%	14	2,8%	7	1,3%	7	1,3%	14	2,7%	5	0,9%	4	0,8%
Mannheim	1	0,2%	4	0,7%	1	0,2%	1	0,2%	2	0,4%	3	0,6%	4	0,8%			2	0,4%
Rheinzabern	1	0,2%									1	0,2%					3	0,6%
Bornheim					1	0,2%			1	0,2%			2	0,4%	18	3,2%		
Walldorf									3	0,6%								
Ludwigshafen	2	0,4%					2	0,4%	2	0,4%	2	0,4%	1	0,2%	1	0,2%	1	0,2%
Wörth											1	0,2%	3	0,6%			6	1,1%
Internet	26	4,9%	77	14,3%	5	0,9%	51	10,4%	11	2,0%	32	6,1%	19	3,7%			7	1,3%
Katalog	1	0,2%	1	0,2%			2	0,4%			1	0,2%						
anderer Ort	10	1,9%	17	3,2%	8	1,4%	12	2,4%	21	3,9%	10	1,9%	18	3,5%	12	2,2%	24	4,6%
Gesamt	530		537		558		492		540		522		512		554		527	
k. A.	49		42		21		87		29		57		67		25		52	

Vereine

III.17: Mitgliedschaften in Rülzheimer Vereinen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	in keinem Verein	238	41,1	41,5	41,5
	in einem Verein	167	28,8	29,1	70,6
	in zwei Vereinen	111	19,2	19,3	89,9
	in drei Vereinen	33	5,7	5,7	95,6
	in vier Vereinen	15	2,6	2,6	98,3
	in fünf oder mehr Vereinen	10	1,7	1,7	100,0
	Gesamt	574	99,1	100,0	
Fehlend	k. A.	5	0,9		
Gesamt		579	100,0		

Frage: Sind Sie in einem oder mehreren Rülzheimer Vereinen aktiv?

III.18: Mitgliedschaften in Vereinen anderer Orte

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	in keinem Verein	460	79,4	79,9	79,9
	in einem Verein	90	15,5	15,6	95,5
	in zwei Vereinen	21	3,6	3,6	99,1
	in drei Vereinen	4	0,7	0,7	99,8
	in fünf oder mehr Vereinen	1	,2	0,2	100,0
	Gesamt	576	99,5	100,0	
Fehlend	k. A.	3	0,5		
Gesamt		579	100,0		

Frage: Sind Sie außerhalb Rülzheims in Vereinen aktiv?

- ▶ Knapp 60 % der Befragten sind Mitglied in mindestens einem Rülzheimer Verein. 10 % sind Mitglieder in mehr als zwei Vereinen. Gut 3 % der Vereinsmitglieder erwägen für die kommende Zeit, aus einem Verein auszutreten, ebenso viele planen einen Vereinseintritt.
- ▶ Rund 20 % der Rülzheimer sind in anderen Orten in Vereinen aktiv, die meisten davon jedoch nur in einem anderen Verein.
- ▶ In der Altersgruppe der unter 30-Jährigen und sowie der 40- bis 79-Jährigen sind über die Hälfte Mitglieder in Rülzheimer Vereinen. Unterdurchschnittliche Mitgliedschaftsquoten finden sich bei den 30- bis 39-Jährigen sowie bei den über 79-Jährigen.

Freizeitzentrum und Schwimmbad Moby Dick

III.19: Besuchshäufigkeit

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	mehrmals in der Woche	43	7,4	7,5	7,5
	einmal in der Woche	62	10,7	10,8	18,2
	2-3 mal im Monat	34	5,9	5,9	24,1
	einmal pro Monat	43	7,4	7,5	31,6
	seltener	253	43,7	43,9	75,5
	gar nicht	141	24,4	24,5	100,0
	Gesamt	576	99,5	100,0	
Fehlend	k. A.	3	0,5		
Gesamt		579	100,0		

Frage: Wie häufig besuchen Sie das Freizeitzentrum/Moby Dick?

- ▶ Fast ein Fünftel der Rülzheimer besucht mindestens einmal in der Woche das Moby Dick. Die meisten jedoch nutzen das Schwimmbad seltener als einmal im Monat. Ein Viertel der Befragten gibt an, nie dorthin zu gehen.

III.20: Kritikpunkte am Moby Dick

Kritikpunkt	Nennungen
Eintrittspreis zu hoch	130
Außenbereich zu klein/unattraktiv, fehlende Außenbecken	73
Sauberkeit/Hygiene	30
Gastronomie ist unattraktiv	27
Spielbereich für Kinder fehlt, draußen kein Kinderbecken	17
Boden ist zu rutschig	17
Sprungturm fehlt	15
Lufttemperatur zu niedrig/Zugluft/Geruch	13
Wassertemperatur zu niedrig	12
Personal ist unfreundlich	10
Flair	9
mehr Abstellmöglichkeiten, Steckdosen und Sitzmöglichkeiten in Duschen und Umkleidekabinen	8
Becken attraktiver gestalten	8
Zustand und Sauberkeit sanitärer Anlagen	7
Sauna ist unattraktiv	7
Abgetrennte Duschkabinen fehlen	6
längere Öffnungszeiten am Wochenende	5
Kursangebote fehlen (z. B. Aqua Jogging)	5
Service ist schlecht	4
morgens früher öffnen (Frühbadetage)	4
bessere Ein- und Ausstiegsmöglichkeiten im Schwimmerbecken	4
Wellenbad	3
mehr Umkleidekabinen für Familien	3
abends länger öffnen	3

Frage: Was könnte man am Moby Dick verbessern?

III.21: Bewertung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr gut	50	8,6	10,5	10,5
	gut	242	41,8	50,7	61,2
	befriedigend	100	17,3	21,0	82,2
	ausreichend	64	11,1	13,4	95,6
	mangelhaft	21	3,6	4,4	100,0
	Gesamt	477	82,4	100,0	
Fehlend	weiß nicht	85	14,7		
	k. A.	17	2,9		
Gesamt		579	100,0		

Frage: Wie bewerten Sie das Schwimmbad Moby Dick?

- ▶ Im Mittel bewerten die Rülzheimer das Moby Dick mit einer 2,5. Über 60 % gibt ihm eine sehr gute oder gute Note.
- ▶ Kritisiert werden neben dem Fehlen eines Außenbeckens vor allem die hohen Preise, insbesondere für Familien mit Kindern. Darüber hinaus fehlt es aus Sicht der Befragten an Sauberkeit und an Freundlichkeit. Auch der Gastronomiebereich wird häufig kritisiert.

Gemeinde

III.22: Dienstleistungsangebot der Gemeinde und der Gemeindewerke

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr gut	31	5,4	6,1	6,1
	gut	275	47,5	53,7	59,8
	befriedigend	139	24,0	27,1	86,9
	ausreichend	46	7,9	9,0	95,9
	mangelhaft	21	3,6	4,1	100,0
	Gesamt	512	88,4	100,0	
Fehlend	weiß nicht	56	9,7		
	k. A.	11	1,9		
Gesamt		579	100,0		

Frage: Wie beurteilen Sie das Dienstleistungsangebot der Gemeinde und der Gemeindewerke?

- ▶ Das Dienstleistungsangebot der Gemeinde und der Gemeindewerke wird durchschnittlich mit der Note 2,5 bewertet. Rund 60 % der Rülzheimer bewerten es sehr gut oder gut.
- ▶ Von der Möglichkeit, Verbesserungsvorschläge anzugeben, machten nur 20 % der Befragten Gebrauch. Kritisiert werden neben mangelnden Informationen hinsichtlich des bestehenden Angebots vor allem die schlechten Öffnungszeiten und der bürokratische Charakter.

III.23: Zusammenfassung: Stärken und Schwächen aus Sicht der Bevölkerung

Stärken	Haushaltsbefragung	Schwächen
Moby Dick und Freizeitzentrum		Politik
Vereine		
Sport- und Freizeitmöglichkeiten		hohe Kosten für Schwimmbad
Lage/Umgebung/Wald/Natur		mangelnde Innovationskraft
dörflicher Charakter		kulturelles Angebot
Lage/Erreichbarkeit		Integrationsprobleme
Einzelhandel		Parkplätze und Verkehr
hohe Lebensqualität		
Infrastruktur		Ortsbild

- ▶ Die Stärken Rülzheims liegen im Bereich der Sport- und Freizeitmöglichkeiten sowie der individualverkehrlichen Anbindung der Gemeinde. Die natürliche Umgebung und die überschaubare Größe Rülzheims stärken die Wohnqualität. Das Freizeitzentrum mit Moby Dick und Dampfndel ist ein wesentlicher Identifikationsfaktor.
- ▶ Die Stärken von Rülzheim dominieren deutlich über die Schwächen. Nachholbedarf besteht bezüglich der innerörtlichen Verkehrssituation. Ferner werden teilweise Schwächen im kulturellen Angebot sowie die zurückhaltende und unflexible Politik kritisiert. Die Potentiale des Moby Dick werden nicht genügend genutzt.

Anmerkungen

¹ DIZ Gemeindestatistik (Rülzheim), Stand: 31.12.2002

² Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (2003): Indikatoren zur Raumentwicklung, Ausgabe 2003. Bonn. Stand: 31.12.2002

³ DIZ Gemeindestatistik (Rülzheim), Stand: 31.12.2002