



Liebe Niederösterreicherinnen
und Niederösterreicher!

Die Erhaltung bzw. Belebung von Orts- und Stadtkernen
ist in Niederösterreich ein viel diskutiertes Thema und
Inhalt verschiedener Strategien.

Wollen wir auf diese Angelpunkte des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Treibens
nicht verzichten, so sind wir alle aufgerufen, dem Handel - und daran knüpfen sich
in der Folge auch Dienstleistung, Gewerbe und Kultur - wieder Platz im Orts- oder
Stadtzentrum zu geben, um die Lebensqualität in unseren Heimatorten zu steigern.

NAFES bietet dazu seit 1998 Unterstützung. In „NAFES aktuell“ wollen wir Erfolge
dokumentieren, aber auch Denkanstöße für neue Initiativen geben.

Dr. Erwin Pröll

Landeshauptmann von Niederösterreich

wir fördern...

- **INFRASTRUKTURELLE INVESTITIONEN**
in Orts- und Stadtzentren
Parkplätze, Verkehrsleitsysteme, etc.
- **ERHALTUNG DES „LETZTEN NAHVORSORERS“**
in den Gemeinden
Neuerrichtung oder Umbau eines Geschäftslokales
oder Investitionen in die Geschäftsausstattung
durch die Gemeinde
- **MARKETINGMASSNAHMEN**
Wochenmärkte, Einkaufszeitungen,
gemeinschaftliche Maßnahmen der örtlichen
Wirtschaftsvereinigungen, etc.
- **PILOTPROJEKTE - innerörtliche Handels-
und Dienstleistungsstandorte**
infrastrukturelle Investitionen



Liebe Leserinnen und Leser!

„Ortskern aktiv - Leben ins Zentrum“ heißt auch nach sieben
Jahren NAFES immer noch die Devise, wenn es darum geht, Orts-
und Stadtkerne wieder zu attraktiven Lebensräumen zu machen.

Ausgangspunkt dazu ist natürlich eine aktive Wirtschaft, die seit
jeher Motor der gesamten gesellschaftlichen Entwicklung ist.

„NAFES aktuell“ im neuen schwingvollen Layout, aber auch
Projektbeispiele und Expertentipps sollen uns zur aktiven
Mitgestaltung unserer Ortszentren inspirieren!

Komm. Rätin Sonja Zwazl

Präsidentin der Wirtschaftskammer NÖ

STORE CHECK: QUALITATIVE ÜBERPRÜFUNG IHRES MARKTAUFTRITTS

Ein Store-Check beantwortet effizient und differenziert die für Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister wichtigen Fragen: Entspricht mein Geschäft noch den Kundenerwartungen? Begünstigt, beeinträchtigt oder verhindert sein Erscheinungsbild eine positive Entwicklung meiner Umsätze? Was muss ich tun, um weiterhin erfolgreich am Markt agieren zu können?

Standards für Marktauftritt, Sortiment und Kundenorientierung in Handel und Dienstleistung werden heute durch internationale Ketten gesetzt. Das Erscheinungsbild eines Geschäfts wird daher zum entscheidenden Erfolgsfaktor. Gefragt sind großzügige Schaufensterfronten mit einladendem Durchblick ins Geschäft, Verkaufsräume in hellen Farben mit viel Licht, variabel einsetzbare und gut zugängliche Warenträger sowie übersichtlich präsentierte, straffe Sortimente mit klarer Zielgruppenansprache.

Der bereits erprobte Store-Check („Geschäftslokal-Überprüfung“) hilft festzustellen, wie weit ein Geschäft diesen Anforderungen gerecht wird. Es empfiehlt sich, damit einen erfahrenen Unternehmensberater zu beauftragen, um ein objektives Bild von Stärken und Schwächen zu erhalten. Der Berater erhebt einerseits den Ist-Zustand, gibt wertvolle Anregungen und bietet kompetente Unterstützung bei Konzeption sowie Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen.

EIN GUTER CHECK BEANTWORTET 60 BIS 70 GUT STRUKTURIERTE EINZELFRAGEN AUS SICHT EINES POTENTIELLEN NEUKUNDEN, WIE ETWA:

- Ist das Geschäft von weitem klar erkennbar?
- Sind Fassade, Schaufenster und Eingangsbereich attraktiv?
- Verfügt der Innenraum über eine angenehme und sortimentsgerechte Atmosphäre?

- Entspricht die Einrichtung dem neusten Stand?
- Gibt es genügend Promotionsflächen und aktuelle, gut plakatierte Angebote?
- Besteht ein ausgewogenes Verhältnis von verfügbarem Platz und angebotener Ware?
- Werden die einzelnen Warengruppen zusammenhängend präsentiert und ist eine klare Profilierung des Sortiments sichtbar?

Im Zuge der Auswertung wird aber auch die Realisierbarkeit der vorgeschlagenen Maßnahmen überlegt, sodass am Ende des Store-Check eine aussagekräftige und gut dokumentierte Kurzanalyse samt Maßnahmenkatalog steht, die alle wesentlichen Unternehmensbereiche einbezieht.

Der Store-Check wird idealerweise durch ein „Mystery Shopping“ ergänzt, das die Dienstleistungsqualität überprüft. Der Testkäufer verhält sich wie ein wirklicher Kunde und ist für die Mitarbeiter nicht als Tester erkennbar. Das Unternehmensservice der Wirtschaftskammer Niederösterreich fördert sowohl Store-Checks als auch Mystery Shopping. Für die Gastronomie gibt es das Kombiangebot „Mystery Guest“, das beide Elemente umfasst und auf branchentypische Besonderheiten eingeht.

Dr. Walter R. Schubiger*,
Unternehmensberatung Dr. Schubiger & Partner



QUALITÄTSMANAGEMENT IM KUNDENKONTAKT



USP® Unternehmensberatung Dr. Schubiger & Partner in Wien

KONTAKT

Unternehmensberatung Dr. Schubiger & Partner

Postadresse:

Gumpendorfer Str. 51, A-1060 Wien,

Büro: Millennium Tower

Handelskai 94-96, Et. 23, A-1200 Wien

Tel.: 0043/(0)1/581 28 69...-0;

Fax. 0043/(0)1/581 28 69 - 24;

E-Mail: hq@usp-consulting.com

<<< Store-Check und Mystery Shopping: kostengünstige und effektive Instrumente des Qualitätsmanagements im Kundenkontakt

* Der Autor ist geschäftsführender Gesellschafter der USP® Unternehmensberatung Dr. Schubiger & Partner in Wien. Er hat als Berater Qualitätsoffensiven in verschiedenen österreichischen Städten begleitet und übernimmt bei Bedarf auch die Funktion eines Citymanagers auf Zeit.

Neuer Nahversorgungsmarkt in Waldegg: NAHVERSORGUNG GESICHERT - LEBENSQUALITÄT GARANTIERT!

In der Marktgemeinde Waldegg wurde von der Siedlungsgenossenschaft ein Mehrzweckgebäude errichtet. Darin befindet sich neben einer Arztpraxis und Wohnungen auch ein Lebensmittelnahversorger.

Das Geschäft ist mit einer Verkaufsfläche von 98,20 m² und einer Nutzfläche

von insgesamt 183,11 m² im Erdgeschoß des Gebäudes einquartiert, wobei die Gemeinde neben dem Finanzierungsbeitrag an die Genossenschaft für den Bereich des Nahversorgers auch die Geschäftseinrichtung des Lokals zur Verfügung stellte. Der „Nah&Frisch“-Markt wurde am 1. Dezember 2005 feierlich eröffnet und steht seither als neuer Nahversorger der Waldegger Bevölkerung zur Verfügung.



Rathausstraße Amstetten: VOM CITY CENTER ZUM HAUPTPLATZ UND ZURÜCK

In der Stadtgemeinde Amstetten zieht es den Kunden zum Einkaufen an zwei Magnetpunkte: einerseits auf den Hauptplatz und andererseits in das nicht weit davon entfernte City Center Amstetten (CCA). Um die Moderne mit Tradition - also das CCA mit dem Hauptplatz - zu verbinden, wurde die Rathausstraße zu einem attraktiven Verbindungsstück umgestaltet.

Durch eine Einbahnführung konnte der Verkehr reduziert werden, und durch die Verbreiterung des Gehsteigs haben die Geschäftsleute

der Rathausstraße die Möglichkeit bekommen, sich mit ihrem Angebot effizienter zu präsentieren und den Kundenwünschen im Rahmen einer angenehmen Einkaufsatmosphäre entgegen zu kommen. Nicht zuletzt tragen auch die renovierten Hausfassaden zum neuen freundlichen Eindruck der Rathausstraße bei. Insgesamt kann sich durch diese Veränderungen auch die Innenstadt wieder positiver präsentieren.



Kommunikationszentrum Allhartsberg: GEMÜTLICHER RAHMEN FÜR DEN TÄGLICHEN EINKAUF

Das rund 1.700 EinwohnerInnen zählende Allhartsberg konnte in den letzten Jahren eine positive Bevölkerungsentwicklung verzeichnen. Zahlreiche zugezogene Mieterinnen und Mieter sowie einige junge „Häuselbauer“ haben sich in der schönen Marktgemeinde im Herzen des Mostviertels angesiedelt. Um die daraus resultierende potentielle Kaufkraft auch nachhaltig an den Ort zu binden, wurde ein Konzept für eine funktionierende Nahversorgung erarbeitet.

So wurde im Ortszentrum ein neues Kommunikationszentrum mit einer Fläche von 430m² errichtet, das ein Lebensmittelgeschäft, einen Friseursalon und ein Café beherbergt. Damit wird ein angenehmes Ambiente beim täglichen Einkauf geboten, aber auch die Kommunikation zwischen den GemeindebürgerInnen gefördert. Der Erfolg wurde bereits wenige Tage nach der Eröffnung durch positive Rückmeldungen seitens der zufriedenen Bürgerinnen und Bürger sowie durch eine erfreuliche Kundenfrequenz bestätigt.



Zentrumsnahe Parkplätze für Tulln: MEHR ATTRAKTIVITÄT FÜR DIE EINKAUFSTADT

Um sich als Einkaufsstadt behaupten zu können, scheint ein ausreichendes Angebot an Parkplätzen unabdingbare Voraussetzung zu sein. Aus diesem Grund wurde das Parkplatzangebot am Nibelungenplatz an der Donaulände um mehr als 150 Stellflächen mit unmittelbarem Anschluss an das Stadtzentrum erweitert. Nur wenige Meter zu Fuß - und der Kunde befindet sich direkt am Hauptplatz, auf dem dadurch auch eine deutliche Verkehrsentlastung spürbar ist.

Der attraktiv gestaltete Nibelungenplatz ist gleichzeitig das Verbindungsstück zur touristisch stark frequentierten Donaulände und soll auch dazu beitragen, neue Kundenkreise anzusprechen.



KONTAKT

NIEDERÖSTERREICHISCHE ARBEITSGEMEINSCHAFT ZUR FÖRDERUNG DES EINKAUFES IN STADTZENTREN

Dipl.-Ing. Alexandra Schlichting
Amt der NÖ Landesregierung
Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik
Landhausplatz 1 | 3109 St. Pölten
T 02742/9005-14902 | F 02742/9005-14170
alexandra.schlichting@noel.gv.at

Mag. Julia Karner
Wirtschaftskammer Niederösterreich - Sparte Handel
Landsbergerstraße 1 | 3100 St. Pölten
T 02742/851-18310 | F 02742/851-19319
nafes@wknoe.at