

Fr. Freitag ESB

# Tradition steht ganz oben

## IHK stellt Imageanalyse vor: Einkaufsstadt Reutlingen punktet mit Zentralität und Vielfalt

**REUTLINGEN (mre).** Gute Noten für die Einkaufsstadt Reutlingen, die als traditionsbewusst gilt. Stuttgart sei attraktiver, dennoch kaufen in der Region viele gern unter der Achalm ein. Wichtig für Reutlinger sind Sicherheit und Sauberkeit. Das kam bei einer Imageanalyse heraus, welche die Reutlinger Industrie- und Handelskammer (IHK) gestern vorstellte.

2007 hatten Studierende der European School of Business (ESB) an der Hochschule Reutlingen im Auftrag der IHK das Einkaufen in Tübingen untersucht und der Stadt attestiert, „sehr kulturorientiert und lebendig“ zu sein, aber noch keine zugkräftige Einkaufsstadt (wir berichteten). Nun haben sie Reutlingen unter die Lupe genommen, Albstädter Ergebnisse werden demnächst präsentiert.

Die Studierenden befragten 150 Reutlinger in mündlichen Interviews, dazu je 50 Bewohner der Nachbarstädte Metzingen, Pfullingen, Tübingen. Unter Federführung von ESB-Professor Marco Schmah erarbeitete Ernst-Carsten Greilich den Fragenkatalog nach

„wissenschaftlichen Kriterien“. Zentrale Ergebnisse:

- Reutlinger kaufen am liebsten in ihrer Heimatstadt ein, dahinter folgt Stuttgart. Allerdings gaben 37 Prozent aus den Stadtteilen an, sie kauften (fast) nie in Reutlingen. Die Befragten in Metzingen und Pfullingen bevorzugten Reutlingen, nur Tübinger shoppen bevorzugt zuhause. Aber mehr als die Hälfte der dort Befragten geht öfters in der Nachbarstadt einkaufen.
- Als großes Plus der Geschäfte in Reutlingen nennen Einheimische ebenso wie Nachbarstädter Zentralität und Vielfalt der Geschäfte.
- Mit dem Reutlinger Angebot sind die Befragten in den Nachbarstädten zufriedener. Die Einheimi-

schen vermissen ein Lebensmittelgeschäft in der Innenstadt, fordern mehr Varianten wie etwa Übergrößen bei Bekleidung. „Man wünscht sich mehr kleine, individuelle Geschäfte, weniger Filialisten“ so Karin Goldstein von der IHK.

- Stuttgart wird von vielen Befragten als attraktiver bewertet. Gegenüber den Nachbarstädten und dem Sindelfinger Breuingerland kann Reutlingen dagegen gut mithalten.
- Den Reutlingern sind Sicherheit und Sauberkeit der Innenstadt am wichtigsten, die Nachbarstädter legten mehr Wert auf Zentralität.
- Als Image-Werte ihrer Stadt nannten Einheimische „traditionsbewusst“ und „heimatverbunden“ an erster Stelle, in den Nachbarstädten wird Reutlingen zuvorderst als „schwäbisch“, „heimatverbunden“ und „traditionsbewusst“ angesehen.
- In zwölf Geschäften testeten die Studierenden die Kundenzufriedenheit, die Werte lagen zwischen 60 und 85 Prozent. Negativ schlug hier zu Buche, dass Personal keine

Namensschilder trug, dass bei Regen keine Schirme verliehen werden, und dass die Geschäfte Parkgebühren nicht erstatten.

Fazit bei der IHK: „Positiv ist, dass die Dinge in Reutlingen angegangen werden“, so Goldstein. An Defiziten wie fehlenden Lebensmittelangeboten in der Innenstadt werde gearbeitet (im Herbst will der Schweizer Migros-Konzern in der Müller-Galerie einen Markt eröffnen). Auch an kritisierten Mängeln bei Flair und Aufenthaltsqualität sei die Stadt mit Belagsarbeiten und Bürgerbefragung dran.

Goldstein zur ECE-Ansiedlung: „Ich glaube nicht, dass man aus den Ergebnissen ableiten kann, dass Reutlingen ein Shopping-Center braucht.“ Doch man könne auch nicht herauslesen, dass die Mall nicht nötig sei. „Wir reden weiter über Standort und Größe, daran hat sich nichts geändert“. Wie Goldstein sagt, will die IHK ein ECE „nur als Ergänzung zum vorhandenen Einzelhandelsangebot“.