



Antwort zur Anfrage Nr. 0486/2016 der CDU-Stadtratsfraktion betreffend **Broschüre „Einkaufen in Mainz – Shopping Guide“ (CDU)**

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

**1. Nach welchen Kriterien wurden die Geschäfte in der Broschüre aufgelistet?**

- zu 1) Bei den in der Broschüre aufgeführten Geschäften handelt es sich um Einzelhändler, welche Waren verschiedener Hersteller an Endverbraucher verkaufen. Grundsätzlich konnte jeder Einzelhändler aus den sechs definierten Quartieren einen Eintrag im Shopping Guide anmelden. Alle Einzelhändler in den sechs Quartieren haben dafür ein Angebot erhalten. Alle Einzelhändler, die das Angebot angenommen haben, wurden in der Broschüre aufgelistet. Dies war das einzige Kriterium. Die teilnehmenden Einzelhändler sind zugehörig zu ihrem Quartier alphabetisch aufgelistet. Am Ende der Broschüre gibt es eine Übersicht, die die Geschäfte den verschiedenen Branchen zuordnet. Als Orientierungsanker wurden hierbei die Einkaufsführer der vergangenen Jahre herangezogen.

**2. Wer war für die Auflistung der Geschäfte zuständig?**

- zu 2) Die Auflistung der Geschäfte erfolgte durch einen extern beauftragten Dienstleister. Der Dienstleister erstellte in Absprache mit der Verwaltung eine Gesamtaufstellung der ansässigen Einzelhändler in den definierten Quartieren.

**3. Wurden tatsächlich alle Geschäfte angesprochen?**

- zu 3) Da die Ansprache der Einzelhändler über verschiedene Kommunikationskanäle erfolgte, wie bspw. Direktansprache im Geschäft, E-Mail, Telefonat, Postanschriften und Printmedium (Tageszeitung), kann davon ausgegangen werden, dass jedes Geschäft sogar mehrfach angesprochen wurde.

**4. Was waren die Gründe, warum in einigen Quartieren, beispielsweise im Bereich „Am Brand“ oder auch in der „Römerpassage“, nur relativ wenige Geschäfte in der Broschüre genannt wurden?**

- zu 4) Eine Teilnahme am Einkaufsführer ist eine unternehmerische Entscheidung und wird von den Einzelhändlern individuell getroffen. Gerade in den Quartieren „Römerpassage“ und „Am Brand“ ist jedoch der Filialisierungsgrad hoch, so dass die Entscheidung zur Teilnahme im Einkaufsführer durch die Konzernzentrale erfolgen muss. Diese Entscheidungswege könnten die Teilnahme beeinträchtigt haben.

**5. Wie hoch waren die Kosten für den Druck der Broschüre?**

- zu 5) Die Druckkosten betragen 9246,30 Euro für 21.000 gedruckte Exemplare.

**6. Welchen Anteil hat dabei die Stadt übernommen und mit welchen Summen haben sich die Werbegemeinschaft und die Geschäfte beteiligt?**

zu 6) Für die Eintragung im Einkaufsführer wurde ein Betrag 50,00 Euro je Einzelhandelsgeschäft erhoben. Dies ergibt eine Gesamtsumme von 5.800,00 Euro, der Fehlbedarf von 3446,30 Euro wurde durch den der Wirtschaftsförderung für solche Zwecke zugeordneten Etat abgedeckt. Die Werbegemeinschaft Mainz e.V. hat sich finanziell an diesem Projekt nicht beteiligt.

**7. Welchen Nutzen hat ein Einkaufsführer, wenn eine große Zahl von in der Stadt ansässigen Geschäften darin überhaupt nicht aufgeführt ist?**

zu 7) Vor der Umsetzung des Projekts wurden Gespräche mit der Werbegemeinschaft Mainz e.V. geführt. Als Ergebnis dieser Gespräche wurde der Einkaufsführer als geeignetes Instrument zur Förderung des Einzelhandels definiert.

Die nun veröffentlichte Broschüre ist ein Angebot der Stadt, um den lokalen Einzelhandel, gerade im Hinblick auf starke Konkurrenz durch die Internetwirtschaft, zu stärken. Darüber hinaus bietet der Einkaufsführer Besucherinnen und Besuchern der Landeshauptstadt eine Orientierung über den lokalen Einzelhandel.

In der nächsten Auflage des Einkaufsführers können bisher noch nicht aufgeführte Einzelhändler, die sich zukünftig dort wiederfinden möchten, selbstverständlich auch auflisten lassen. Wünschenswert wäre es, wenn alle Geschäfte der Innenstadt sich beteiligen würden. Eine Broschüre dieser Art lebt jedoch nicht nur durch die Initiative des Herausgebers, sondern auch durch die Eigeninitiative der Teilnehmer.

Mainz, 15.03.2016

gez.  
Christopher Sitte  
Beigeordneter