

H1: WIRTSCHAFT, ARBEIT, HANDEL UND GEWERBE

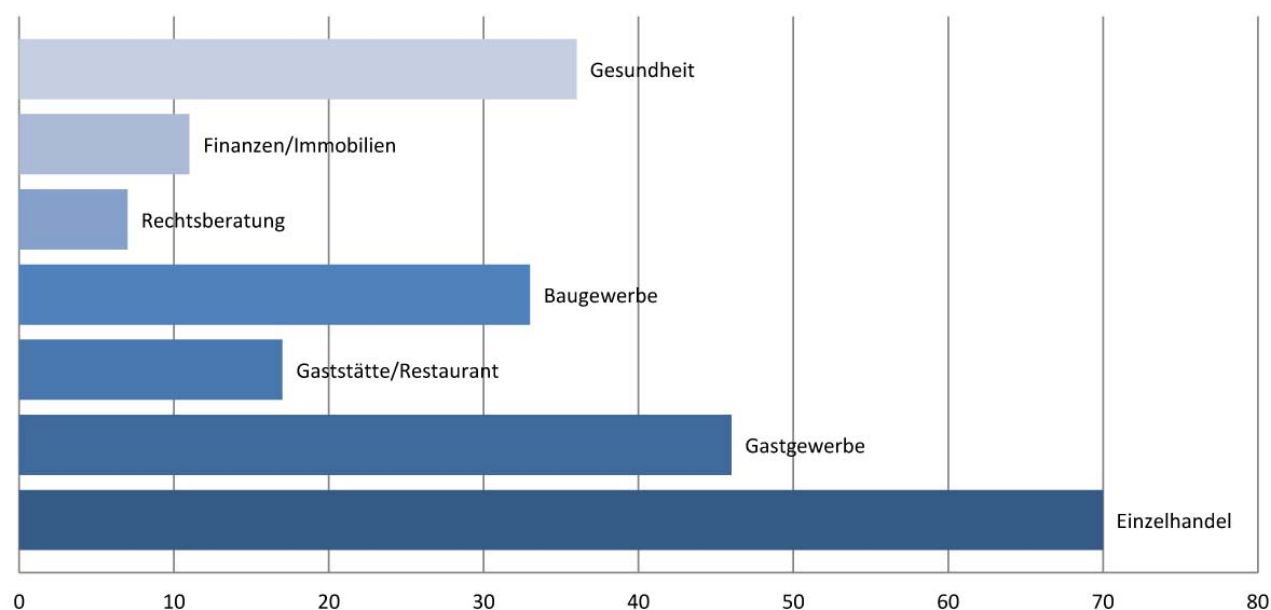
vorhandene Konzepte
und Planungen

Eine wichtige Rolle im Bereich Handel und Gewerbe spielt der Gewerbeverein Bad Frankenhausen e.V. mit seinen derzeit etwa 60 Mitgliedern. Vierteljährlich lädt der Verein zu einem Stammtisch zum Austausch zwischen Mitgliedern und Gästen ein.

Außerdem fand in den letzten Jahren das Unternehmerfrühstück des Landkreises in Bad Frankenhausen statt, bei dem sich Unternehmer und Landrätin austauschten.

Status

Die Wirtschaftsstruktur der Stadt ist durch einen Mix unterschiedlicher Branchen mit mittelständischem Charakter gekennzeichnet. Insgesamt dominierend sind, wie im gesamten Kyffhäuserkreis, die Unternehmen des Einzelhandels und der Dienstleistungen, des Fremdenverkehrs und Tourismus.¹



Wirtschaftsstruktur nach
Branchen

Schwerpunkt in Bad Frankenhausen ist als staatlich anerkanntes Sole-Heilbad das Kur- und Gesundheitsgewerbe. Das DRK Mannische-Krankenhaus, die Kinder-Kurklinik und das Reha-Zentrum Bad Frankenhausen zählen zu den größten Arbeitgebern der Stadt, allein im Reha-Zentrum sind mehr als 150 Personen beschäftigt.

Auch der Anteil an Einrichtungen des Beherbergungsgewerbes ist hoch, hier reicht das Angebot von Ferienzimmern, Ferienwohnungen über Gasthäuser bis hin zum Sterne-Hotel.

¹ Kulturentwicklungskonzeption in der Modellregion Kyffhäuserkreis / Landkreis Nordhausen des Freistaates Thüringen – Strukturanalyse für die Modellregion Nord, Bonn, Mai 2014, S. 18

Bad Frankenhausen als Kur- und Klinikstandort weist im Kyffhäuserkreis neben Nordhausen einen vergleichsweise hohen Anteil an hochqualifizierten Arbeitskräften auf.²

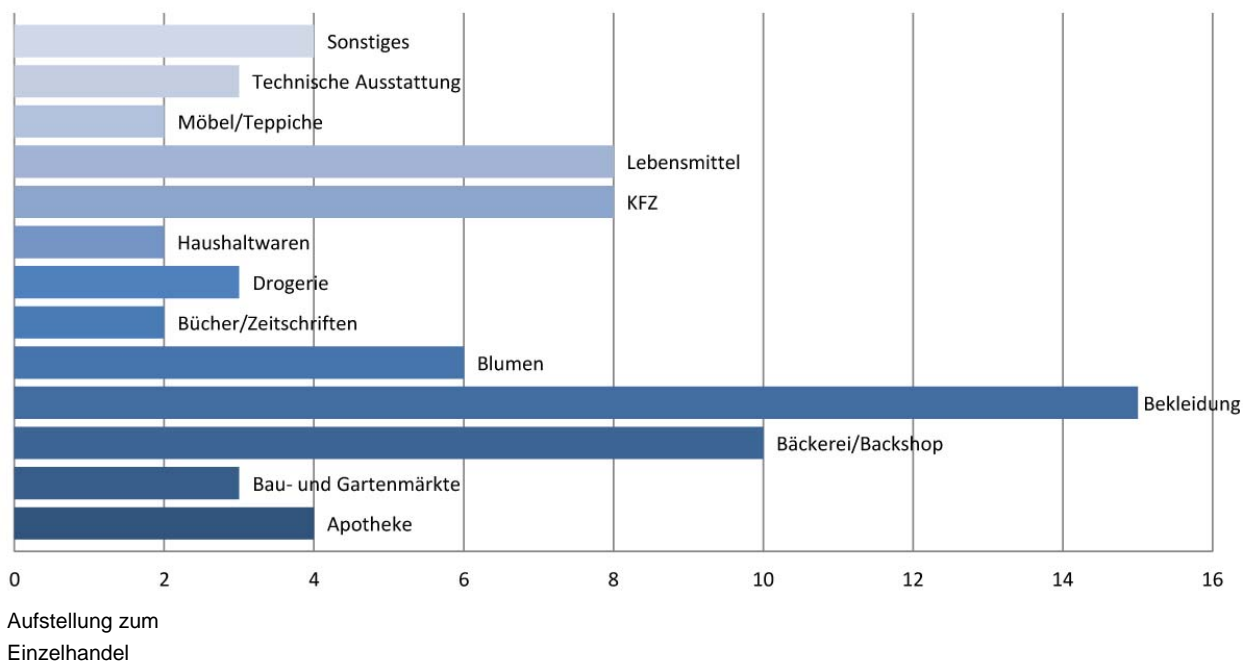
Die einseitige Konzentration auf den Tourismus hat jedoch auch dazu geführt, dass produzierendes Gewerbe praktisch nicht mehr vorhanden ist und eine verstärkte Abwanderung nach der Wende einsetzte.

Neben Kur- und Tourismusbetrieben ist die Bundeswehr mit der Kyffhäuser-Kaserne wichtiger Arbeitgeber der Stadt und des Landkreises.

Hier sind etwa 1.000 Soldaten stationiert, die ein nicht unerhebliches Kaufkraftpotential in der Stadt darstellen. Dieses wird jedoch nur in geringem Maße aktiv ausgeschöpft.

Außerdem sind mehr als 100 zivile Mitarbeiter auf dem Stützpunkt tätig.

Die Stadt hat in den neunziger Jahren ein Gewerbegebiet und ein Mischgebiet ausgewiesen, die sich im Süden und Osten der Stadt befinden und zukünftig durch eine Verbesserung der Anbindung des Straßennetzes sowie die mögliche Wiederinbetriebnahme der Bahnstrecke für Unternehmen attraktiv sein können.



Schwerpunkt in der Versorgung der Bevölkerung ist derzeit nicht die Innenstadt, sondern sind die vielen Lebensmitteldiscounter am Rand der Stadt. Mit der Schließung des NP-Markt zum Jahreswechsel 2014/15 ging auch der letzte Markt im Kern der Stadt verloren, so dass nun ein pendeln zu den Discountern für alle notwendig wird.³

² Kulturentwicklungskonzeption in der Modellregion Kyffhäuserkreis/Landkreis Nordhausen des Freistaates Thüringen, Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, Bonn, 2014, S. 28

³ http://www.kyffhaeuser-nachrichten.de/news/news_lang.php?ArtNr=162689
(Stand: 16.01.2015)

Der Leerstand in der Innenstadt ist mit augenscheinlichen etwa 15 Prozent sehr hoch, es gibt in direkter Innenstadtlage keinen Laden für Waren des täglichen Bedarfs. Hier ist die Konkurrenz zu den großflächigen Lebensmittel-discountern am Rand bereits zu groß.

Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten betrug im Jahr 2010 bei den Beschäftigten am Arbeitsort 2.192 Erwerbstätige, bei den Beschäftigten am Wohnort 2.847 Erwerbstätige. Die Anzahl der Beschäftigten am Wohnort übersteigt demnach die Zahl der Beschäftigten am Arbeitsort, dies weist auf eine hohe Auspendlerquote hin.⁴

Die Arbeitnehmerstruktur zeichnet sich durch einen hohen Anteil an Auspendlern aus der Stadt insbesondere in den Landkreis aus.⁵

Insgesamt gab es im Jahr 2010 1.147 Menschen, die nach Bad Frankenhausen zur Arbeit pendelten, und 1.802 Auspendler.⁶

Der Arbeitslosenanteil, die Zahlen stammen aus dem Jahr 2011, lag bei 19,6%, hat sich jedoch genau wie die Quote im gesamten Kyffhäuserkreis wohl verbessert.⁷

Stärken und Schwächen

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> - Erreichbarkeit mit dem MIV - vorhandene Flächenpotentiale in der Innenstadt und den Gewerbegebieten - rrschlossene Gewerbestandorte - Netzwerke - gut aufgestellter Gewerbeverein - funktionierende Abteilung Stadtmarketing - exzellenter Kur- und Erholungsstandort - sanierte Innenstadt 	<ul style="list-style-type: none"> - teilweise fehlende Vernetzung und Kooperation der Akteure mit geringer Kommunikation - Abstimmungsdefizite bei Ladenöffnungszeiten - fehlende Leitung und Moderation - arbeitsmarktbedingte Abwanderung der jungen Generation - Schwächung der Innenstadt durch Lebensmittelmärkte am Stadtrand

⁴ Arbeitsmarkt in Zahlen – Beschäftigungsstatistik – vorläufige Ergebnisse, Bundesagentur für Arbeit, Juni 2010

⁵ Nahverkehrsplan für den Straßenpersonennahverkehr des Kyffhäuserkreises im Zeitraum 2012 bis 2016, 2012, Karte 18

⁶ Arbeitsmarkt in Zahlen – Beschäftigungsstatistik – vorläufige Ergebnisse, Bundesagentur für Arbeit, Juni 2010

⁷ Kulturentwicklungskonzeption in der Modellregion Kyffhäuserkreis/Landkreis Nordhausen des Freistaates Thüringen, Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, Bonn, 2014, S. 38

Entwicklungsziele

Im Vordergrund bei der weiteren Entwicklung der Bereiche Wirtschaft und Arbeiten muss die Sicherung und Schaffung von Ausbildungs- und Arbeitsplätzen stehen. Auf diese Weise können verstärkt junge Familien in die Stadt gezogen werden und Jugendliche in Bad Frankenhausen gehalten werden.

Eine Profilstärkung des Kur- und Erholungsstandortes ist dabei von vorrangiger Bedeutung. Es sollte jedoch auch eine Stärkung des produzierenden Gewerbes erfolgen, jedoch ohne Einschränkungen für den Kur- und Erholungsbetrieb mit sich zu bringen.

Aufgrund der hohen Dichte und Wertigkeit der Kur-, Erholungs- und Reha-Unternehmen sollte auch das Themenfeld Forschung und Entwicklung eine wichtige Rolle bei der Stärkung des Profils der Stadt spielen.

Eine Intensivierung der Kommunikation zwischen Wirtschaft und Verwaltung führt zum Aufbau und zur Stärkung von Netzwerken.

Die Ansiedlung von Unternehmen wird durch die Erarbeitung eines Standort-Marketing-Konzeptes sowie einer Imagebroschüre unterstützt.

Arbeitskreise und Unternehmensnetzwerke stärken den Zusammenhalt und die Kommunikation ebenfalls.

Eine weitere Stärkung der Innenstadt sollte nur unter Beachtung der anderen Ortsteile erfolgen. Aus diesem Grund empfiehlt sich die Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes um zu klären, was qualitativ, quantitativ und in Bezug auf die räumliche Verteilung in der Stadt notwendig scheint.

Unterstützend kann dabei auch der Aufbau eines Gebäude-/Flächenkatasters in digitaler Form sein, um Leerstände zu erfassen und Innenentwicklungspotenziale zu erschließen.

Zur Stärkung einer positiven strukturellen Entwicklung des Neubaugebietes im Westen der Stadt muss die Forderung der Anwohner nach Schaffung einer Nahversorgungseinrichtung in unmittelbarer Wohnungsnähe geprüft und gegebenenfalls umgesetzt werden.

Als wichtiger weicher Standortfaktor für die Stadt Bad Frankenhausen kann die Schaffung von Angeboten zur Unterstützung bei der Ausbildungs- und Arbeitsstellensuche für Jugendliche gelten. Eine enge Zusammenarbeit mit den Betrieben des Kur- und Erholungsgewerbes ist unerlässlich und eine gute Grundlage für die weitere Entwicklung.

Aber auch die optimale Erreichbarkeit der Arbeitsplätze mit den öffentlichen Verkehrsmitteln und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf spielen eine zentrale Rolle im Hinblick auf die weitere Entwicklung der Stadt. Hier sollte die Zertifizierung als „Familienfreundliche Kommune“ als Ansporn genutzt werden, sowohl von unternehmerischer als auch städtischer Seite offensiver mit dem Thema umzugehen.

Auch die Angehörigen der Bundeswehr sollten in diesem Zusammenhang nicht vergessen werden, für diese müssen Angebote vorgehalten werden; sie müssen aber auch verstärkt dazu animiert werden, am städtischen Leben teilzunehmen oder ihren Wohnort nach Bad Frankenhausen zu verlegen.

Handlungsempfehlungen

Bad Frankenhausen als Grundzentrum muss eine weitere Stärkung erfahren. Hierzu ist die gezielte Vermarktung des Standortes bei Unternehmen ein wichtiger Aspekt, um die Wirtschaftsstruktur zu stärken.

In dieses Marketing einbezogen werden muss die gesamte Stadt mit ihren Ortsteilen. Die Vorzüge müssen deutlich herausgearbeitet werden, um Unternehmen zur Ansiedlung zu bewegen.

Ein wichtiges Thema wird dabei die Darstellung des Zusammenhangs zwischen gutem Umfeld für Unternehmen mit Unterstützung durch die Stadtverwaltung, der Schaffung attraktiver Wohnumfelder für die Beschäftigten der Unternehmen sowie der Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten in der Stadt sein. Der direkte Zusammenhang zwischen Arbeit und gesundem Wohnen muss klar herausgestellt werden:



**Handlungsempfehlung I:
Standortmarketing der Stadt bei Unternehmen**

Der Behebung von Defiziten in der Nahversorgung in einigen Bereichen der Stadt steht ein Überangebot in anderen Quartieren gegenüber. Beispielhaft zu nennen sind hier das Neubaugebiet im Westen der Stadt und das Gebiet am südlichen Rand der Innenstadt.

Hier müssen Ausgleichs geschaffen werden.

Die Innenstadt selbst ist durch kleinteilige Gewerbestrukturen geprägt, der Leerstand liegt im Stadtzentrum bei augenscheinlichen 15 Prozent. Hier muss ein sinnvolles Nachnutzungs- und Einzelhandelskonzept erarbeitet werden, dass die Innenstadt stärkt und verhindert, dass zukünftig weiterhin Kaufkraft durch immer neue Lebensmittelmärkte am Stadtrand aus der Innenstadt abgezogen wird.

Im Bereich der bestehenden Gewerbe- und Mischgebiete muss eine gezielte Mobilisierung der Flächenreserven erfolgen, um so die ohnehin vorhandenen Flächenpotentiale einer geeigneten Nutzung zuzuführen.

Ziel der Innenstadtentwicklung muss die Attraktivierung in Bezug auf Warenvielfalt und Nutzungsangebote sein, die Menschen müssen wieder in das Stadtzentrum kommen um einzukaufen und ihre Einkaufstouren gleichzeitig zu verbinden mit dem flanieren in einer angenehmen, grünen und belebten Innenstadt.

Der höherwertige Wohnstandort Innenstadt muss im Zusammenspiel mit Einzelhandel, Gastronomie und Kulturangeboten auch touristische Anziehungskraft entfalten.

Die Entwicklung einer Gesamtstrategie für die Stadt in Zusammenarbeit mit Gewerbetreibenden und Einwohner ist notwendig, hierzu bietet sich ein Einzelhandelskonzept an:



**Handlungsempfehlung II:
Entwicklung von Nutzungskonzepten für den Leerstand im Gewerbe**

Zur Förderung der Kommunikation unter den Gewerbetreibenden werden regelmäßige Arbeitskreistreffen vorgeschlagen, in denen wichtige Dinge besprochen werden. Hierzu zählen die gemeinsame Organisation von Aktivitäten zur Attraktivitätssteigerung und die Entwicklung eines Konzeptes zu ge-

meinsamen Öffnungszeiten. Ziele muss es sein, die Innenstadt für die Bevölkerung und Gäste zum Einkaufen attraktiver zu gestalten.

Dieses Ziele kann nur in gemeinsamer Zusammenarbeit aller Interessengruppen erreicht werden und nicht durch den Aufbau zusätzlicher Konkurrenzsituationen:

→ **Handlungsempfehlung III:
Einrichtung von regelmäßigen Arbeitskreisen**

Bad Frankenhausen als Kur- und Erholungsstadt muss weiterhin am Ausbau seiner Branchenkompetenzen in diesem Bereich arbeiten, um wettbewerbsfähig zu sein. Die Grundlagen hierfür sind vorhanden.

Gleichzeitig kann sich die Stadt jedoch auch Alleinstellungsmerkmale erarbeiten, die im Zusammenhang mit dem Kur- und Erholungsstandort stehen. Vorstellbar wäre hier die Einrichtung eines Kompetenzzentrum zur Einbindung der Gesundheitswirtschaft mit Ansiedlung verschiedener Unternehmen:

→ **Handlungsempfehlung IV:
Ausbau der Branchenkompetenzen Kur und Erholung**

Zur Überprüfung der eingesetzten Maßnahmen und des Effektes der Vermarktungsstrategien ist eine ständige Evaluation notwendig.

→ **Handlungsempfehlung V:
Evaluation und Überprüfung der Maßnahmen des Handlungsfeldes**

Handlungsfelder

Marketing Erarbeitung eines Marketingkonzeptes zur Darstellung der Stadt und Positionierung gegenüber Unternehmen

Leerstand Entwicklung leerstehender Gebäude und brachgefallener Grundstücke unter Berücksichtigung der Umgebungsstrukturen

Profilierung der Alleinstellungsmerkmale Kur- und Gesundheitsstandort

- Initialprojekte, Schlüsselmaßnahmen
1. Erarbeitung eines umfassenden Marketingkonzeptes
 2. Aufbau eines Flächenkatasters
 3. Einrichtung von Arbeitskreisen

Maßnahmen und Projekte

Projekt-nummer	Maßnahmentitel	Priorität
H1-1	Arbeitskreis Kräme	mittel
H1-2	Flächenkataster	hoch
H1-3	Einkaufserlebnis	mittel
H1-4	Kunstvoller Leerstand	mittel
H1-5	Einzelhandelskonzept	hoch
	Einrichtung von Arbeitskreisen	mittel
	Errichtung eines „Kompetenzzentrum Gesundheit“	mittel