



# Statistische Informationen der Stadt Regensburg

		Seite
<b>Inhalt</b>	<b>Die Altstadt als USP Regensburg Reflexionen zum Teilbereich Einzelhandel</b>	<b>3</b>
	<b>Tabellenteil</b>	<b>13</b>
	<b>Abbildungen</b>	<b>23</b>

**Erläuterungen**

Alle Angaben beziehen sich auf das Gebiet der Stadt Regensburg nach dem neuesten Stand, soweit nichts anderes vermerkt ist. Bestandszahlen gelten für das Ende der jeweiligen Berichtszeit. Soweit vorliegend, werden die Daten des Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung, im übrigen eigene Daten und Meldungen städtischer und außerstädtischer Stellen veröffentlicht. Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Runden der Zahlen.

## Zeichenerklärung:

- ... Angabe fällt später an
- Zahlenwert genau Null
- . Zahlenwert unbekannt  
oder Veröffentlichung nicht möglich
- 0 Zahlenwert weniger als die  
Hälfte der verwendeten Einheit
- r berichtigte Angabe

**Herausgeber**

Stadt Regensburg  
Amt für Stadtentwicklung  
Abteilung Statistik  
93047 Regensburg

Oktober 2006

Verantwortlich: Anton Sedlmeier      Tel. 507-1660  
Sachbearbeitung: Reinhold Liedel      Tel. 507-4663

**Internet: [www.statistik.regensburg.de](http://www.statistik.regensburg.de)**





# Die Altstadt als USP Regensburgs - Reflexionen zum Teilbereich Einzelhandel\*

Verfasser: Thilo Deß

## Einführung

In Zeiten der Globalisierung stehen nicht nur Menschen und Unternehmen, sondern damit unweigerlich verbunden auch Räume in direktem Wettbewerb zueinander. Die Räume definieren sich dabei immer durch administrative Grenzen. Sie orientieren sich vielmehr an gewachsenen sozial- bzw. wirtschaftsräumlichen Konstrukten. Regionen, Städte und Standorte können sich einer länderübergreifenden Vergleichbarkeit nicht entziehen. Um nicht in einer globalen Mittelmäßigkeit unterzugehen, ist es unbedingt notwendig, sich durch ein greifbares, authentisches und positiv besetztes Profil von den Wettbewerbern zu unterscheiden.

Dies führt zu einer neuen obersten Maxime in der Raumentwicklung und -vermarktung: Absolut maßgebend für die Entwicklungschancen eines Raumes sind seine Abgrenzung und Hervorhebung aus der Masse mittels eines eigenständigen Profils, durch die Herausarbeitung von Alleinstellungsmerkmalen, die ihn unverwechselbar und einzigartig erscheinen lassen. Nur so ist es möglich, sich vom drohenden globalen Konformismus oder der weit gediehenen europäischen Egalisierung abzuheben. Dieses Alleinstellungsmerkmal, auch als USP (Unique Selling Proposition) bezeichnet, ist unabdingbar, um überhaupt am Wettbewerb der Standorte teilnehmen zu können.

Gleich dem mit der Pluralisierung der Gesellschaft verbundenen Streben nach Individualisierung, das in temporärer Lebensstilorientierung zum Ausdruck kommt, müssen sich „Standortmacher“ deshalb dazu durchringen, nicht alles offerieren zu wollen, sondern vielmehr eine sinnvolle Auswahl in Bezug auf die gegebenen Möglichkeiten zu treffen. Dies ist ein einschneidender Prozess, der von den Verantwortlichen viel Mut erfordert, wie auch die Kraft, sich entgegen eventuellen persönlichen Präferenzen an dem zu orientieren, was unter Berücksichtigung von Bestand, Wettbewerbssituation, Umsetzbarkeit sowie Tragbarkeit und Zukunftsfähigkeit als das Nachhaltigste erscheint. Die Gefahren des „Trendhoppings“, des sich Übernehmens und des versäumten Anpassens an permanent sich verändernde Rahmenbedingungen sind bei einem solchen Profilierungsprozess stete Begleiter.

## Die Grundzüge des Regensburger USP

Das USP Regensburgs ist zweifelsohne die Altstadt. Sie ist Imageträger und Identifikationspol Nummer eins – weit vor den Hochschulen, den namhaften Forschungs- und Produktionsstätten oder der Donau. Als am besten erhaltene mittelalterliche deutsche Großstadt wurde sie am 13.07.2006 in den Rang eines UNESCO-Weltkulturerbes erhoben. Die eigentliche Attraktivität der Regensburger Altstadt geht jedoch weit über die Ansammlung von Denkmälern und alten Gebäuden hinaus. Dies ist nur ein Teilaspekt dessen, was als Quintessenz des Ideals der europäischen Stadt bekannt ist: Der lebendigen Urbanität einer Innenstadt von hoher Zentralität. Diese Attraktivität hat zwei Säulen: Einmal die zwar beschnittene, aber noch in außerordentlichem Maße bewahrte Multifunktionalität. Es existieren in der Relation zu anderen Innenstädten wesentlich mehr und bei Weitem diversifizierte Gründe, die Altstadt aufsuchen zu wollen und nach wie vor auch zu müssen. Dadurch bleibt sie in den Köpfen von Städtern und Umlandbewohnern stets präsender Teil des Alltagslebens. Das funktionelle Angebot der Altstadt spricht zudem noch annähernd alle möglichen Nachfragergruppen an. Die Regensburger Altstadt wirkt so letztendlich wie ein Breitbandantibiotikum gegen gesellschaftliches Separationsbestreben – sowohl sozial als auch räumlich.

Der zweite Grund für den Erfolg der Regensburger Altstadt ist der „Regensburger Rahmen“. Dieser setzt sich zusammen aus dem nahezu zeitlos attraktiven städtebaulichen Flair des einzigartig erhaltenen mittelalterlichen Gebäudebestandes und der Individualität dieses Stadtraumes mit seiner Abwechslung von Ruhe und Hektik, von Breite und Enge. Hier gibt es eine in Quantität und Qualität außergewöhnliche Häufung von kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten, von greifbarer Geschichte.

Erst die Kombination dieser beiden Faktoren – urbane Multifunktionalität und „Regensburger Rahmen“ – begründet die (Gesamt-)Attraktivität der Regensburger Innenstadt. Für sich alleine gesehen wäre die Persistenz solcher Multifunktionalität angesichts der Alternativen, wie z.B. Einkaufszentren, Ärztehäuser oder Dienstleistungszentren, nur schwer vorstellbar. Auch eine auf ihre hübsche Kulisse reduzierte Altstadt gleich welcher Attraktivität wäre eine funktionale Wüste. Sie würde zu einer musealen Touristenattraktivität verkommen, welche die Einwohner der Stadt ob des auf Touristen fokussierten Ange-

\* basierend auf einer Diplomarbeit, die 2005 an der Universität Bayreuth veröffentlicht wurde

bots meiden würden - von der Größe der auf diese Weise zu bewirtschaftenden Fläche einmal ganz abgesehen<sup>1</sup>. Derzeit stellt der Tourist in der Regensburger Altstadt trotz des laut Fremdimageanalyse absolut dominanten Images des mittelalterlichen Wunders<sup>2</sup> lediglich für wenige Einzelhandelsbetriebe die Hauptzielgruppe dar. Für die meisten Läden nimmt der Tourismus im Bezug auf den Umsatz nicht einmal die Stellung eines willkommenen Mehrumsatzes während der Sommermonate ein<sup>3</sup>.

Aus dem Zusammenspiel der Einzelkomponenten Kulisse und kulturhistorischer Wert des Regensburger Rahmens sowie der persistenten Funktionsvielfalt der Altstadt resultiert das besondere urbane Flair Regensburgs, dem es den Beinamen „nördlichste Stadt Italiens“ verdankt. Die südländisch anmutende Atmosphäre setzt sich zusammen aus der direkt begünstigten Gastronomie, der starken Wohnfunktion, dem vorhan-

denen Dienstleistungsangebot sowie der im Nachfolgenden näher thematisierten Einzelhandelslandschaft<sup>4</sup>.

### Die Einzelhandelslandschaft der Regensburger Altstadt

Nach Gesichtspunkten des Betriebsformenwandels ist die Regensburger Altstadt völlig veraltet und absolut unattraktiv für eine Einzelhandelsansiedlung. Die Gewerbeflächen sind viel zu klein, dazu verschachtelt und durch altstadttypische Gegebenheiten, wie Treppen, Säulen, etc., nicht barrierefrei. Zudem sind die Besitzverhältnisse komplex, Denkmalschutzaufgaben und Gestaltungssatzung beschränken die Nutzungs- und Gestaltungsmöglichkeiten und suggerieren hohe Kosten. Dementsprechend präsentiert sich der Einzelhandel mit einem überkommen anmutenden Betriebsformenmix (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Überblick über die Regensburger Einzelhandelsbetriebsformen im September 2004

Betriebsform	gesamte Altstadt	zentraler Bereich	Nebengeschäftslagen
<b>traditionelle Betriebsformen</b>			
Lebensmittelgeschäft	89	77	55
Fachgeschäft	276	252	194
Spezialgeschäft (nicht LM)	141	131	111
Fachkaufhaus	6	6	2
Warenhaus	1	1	-
<b>neue Betriebsformen</b>			
Verbrauchermarkt	1	1	-
SB-Warenhaus	-	-	-
Lebensmittel-Discounter	2	1	1
Discounter	5	4	2
Fachmarkt	-	-	-
Nicht zuordenbar	12	11	6
<b>Betriebe insgesamt</b>	<b>533</b>	<b>484</b>	<b>371</b>

Quelle: Deß 2005, S. 83 (eigene Daten des Autors, nach einer Zusammenstellung von Popp 2002, S. 57)

Dazu kommt die Weitläufigkeit der Nebengeschäftslagen (ca. 3600 m Straßenfront) und eine kleine Hauptgeschäftslage (ca. 810 m Straßenfront) mit relativ geringer Anziehungskraft bei zugleich ungünstiger Platzierung des einzigen Magnetbetriebs (Galeria Kaufhof) - von einer idealtypischen Anordnung zueinander ganz zu schweigen (vgl. Abbildung 1).

Die lange Zeit gewohnte, in der jüngsten Vergangenheit jedoch zunehmend unausgeglichene Zentrenbalance zwischen dem seit 1967 bestehenden und seitdem mehrmals erweiterten Donau-Einkaufszentrum erfuhr im Jahre 2002 durch das direkt an die Innenstadt angeschlos-

sene Shoppingcenter Regensburg Arcaden eine neue Akzentuierung, die im Jahr der diesem Artikel hauptsächlich zu Grunde liegenden Untersuchung vom Autor noch nicht abzuschätzen war<sup>6</sup>. Auf die Innenstädten generell angelasteten Nachteile, wie schwierige MIV-Erreichbarkeit und fehlende zentral gesteuerte Optimierbarkeit des Gewerbebesatzes bei gleichzeitigem Funktionenpluralismus, soll an dieser Stelle nicht weiter eingegangen werden.

Im skizzierten Umfeld hat sich eine Einzelhandelslandschaft herausgebildet und bewahrt, welche trotz der stark ausgeprägten Gastronomie<sup>7</sup> und der kulturellen Attraktivität auch in Regens-

Abbildung 1: Einzelhandelsbestand der gesamten Altstadt im September 2004



Quelle: Deß 2005, S. 91 (Berechnung und Darstellung auf Basis von Daten und Karte der Stadt Regensburg)

burg die innerstädtische Leitfunktion darstellt und zwar keinen dominierenden, wohl aber den bedeutendsten Teil zur lebendigen Urbanität Regensburgs beiträgt. Selbst in den Hauptgeschäftslagen unterscheidet sich die Einzelhandelslandschaft ganz deutlich vom gewohnten Stereotyp deutscher Innenstädte oder gar dem von Einkaufszentren. Statt Konformismus, Banalisierung und Textilisierung durch die bekannten Filialisten<sup>8</sup> tummeln sich hier vor allem regionale Filialisten, traditionelle Familienbetriebe und eine unvergleichliche Menge an Klein- und Kleinstbetrieben. Diese Struktur hat sich auch in den vergangenen zwei Jahren nicht tiefgreifend verändert (vgl. Tabelle 2). Es ist sogar eine Tendenz zu verstärkter Kleinteiligkeit festzustellen: So hat sich der Anteil der Betriebe mit einer Verkaufsfläche von weniger als 40 m<sup>2</sup> von 36% im September 2004 sogar noch auf 44% im Mai 2006 erhöht<sup>9</sup>.

Diese Einzelhandelslandschaft bietet eine in Deutschland nurmehr selten existierende Individualität im Bezug auf Zielgruppen, Sortimente und Konzepte. Die meisten Läden haben sich ihrer geringen Verkaufsfläche entsprechend auf bestimmte Käufergruppen spezialisiert und zeigen sowohl im Sortiment als auch in der Ladengestaltung eine starke Lebensstilorientierung<sup>10</sup>.

Zusammen mit der kleinräumigen Nutzungsmischung und den beschriebenen Qualitäten des „Regensburger Rahmens“ besteht eine einmalige Charakteristik des Standorts, aus der die

überaus hohe Gesamtattraktivität in Bezug auf Freizeit- und Einkaufserlebnis resultiert. Durch die skizzierte Vielfalt des Standorts Innenstadt ist es trotz kleinster Einheiten ohne zentrales Optimierungs-Management möglich, in der Summe der bedienten Marktfragmente ein beinahe umfassendes Angebotsportfolio zu offerieren, welches entgegen dem innerstädtischen und zentrentypischen Standard nahezu keine Bevölkerungsgruppen ausschließt. Eine Tatsache, die einen gewichtigen Unterschied zu künstlichen Konsumwelten und vielen anderen Innenstädten darstellt.

### Gefahren für das USP

Die somit in ihren Grundzügen skizzierte Charakteristik des Standortes Altstadt – des Identifikationsträgers und des USP von Regensburg – ist jedoch gefährdet. Zwar hat die städtische Verwaltung in der Vergangenheit löblichen Weitblick bewiesen, indem sie auf die einstmalig so moderne Flächensanierung weitgehend verzichtet und dadurch die Persistenz des „Regensburger Rahmens“ als einen wesentlichen Grundpfeiler des lokalen USP aktiv gesichert hat. Auch das frühe städtebauliche Leitbild des Erhaltens der Multifunktionalität und die damit verbundene Entwicklungspolitik war eine bedeutende Grundlage für die Entwicklung des Standorts.

Zugleich basiert diese jedoch auch in erheblichem Maße auf einem mehr oder minder zufälli-

Tabelle 2: Betriebsstruktur in der Regensburger Altstadt bezüglich Anzahl und Verkaufsfläche nach Verkaufsflächengrößeklassen

Größenklasse Verkaufsflächen	Mai 2006				September 2004			
	Anzahl der Betriebe		Summe der Verkaufsfläche		Anzahl der Betriebe		Summe der Verkaufsfläche	
	Anzahl	in %	Anzahl	in %	Anzahl	in %	Anzahl	in %
bis 50 m <sup>2</sup>	295	50,3	10.481	12,5	283	48,6	9.189	11,6
51 - 100 m <sup>2</sup>	165	28,1	14.319	17,0	176	30,2	13.715	17,3
101 - 150 m <sup>2</sup>	49	8,3	6.681	8,0	44	7,6	5.749	7,3
151 - 250 m <sup>2</sup>	39	6,6	8.080	9,6	40	6,9	8.040	10,2
251 - 500 m <sup>2</sup>	23	3,9	8.472	10,1	21	3,6	7.252	9,2
501 - 1.500 m <sup>2</sup>	10	1,7	10.766	12,8	11	1,9	9.366	11,8
1.501 - 10.000 m <sup>2</sup>	5	0,9	12.600	15,0	6	1,0	13.200	16,7
über 10.000 m <sup>2</sup>	1	0,2	12.600	15,0	1	0,2	12.600	15,9
n =	587	100,0	83.999	100,0	582	100,0	79.111	100,0

Quelle: Berechnung des Autors auf Basis der Einzelhandelserhebungen 9/2004 und 5/2006 der Stadt Regensburg

gen Faktor, dem Donau-Einkaufszentrum. Als eines der ersten Einkaufszentren Deutschlands wurde es im wörtlichen Sinne auf der „Grünen Wiese“ gegründet. Lange Jahre wirkte es entlastend für die Altstadt, da es den einzelhandelsbezogenen Modernisierungsdruck von ihr genommen hat, indem es modernen Betriebsformen mit ihren spezifischen Verkaufsflächencharakteristika als Ausweichstandort diente. Mittlerweile ist dies auf Grund der inzwischen erreichten Größe nicht mehr in diesem Ausmaß gegeben.

In den letzten Jahren wurden flankierend dazu immer wieder Bemühungen um den Standort Altstadt konterkariert. Schuld daran waren zum Teil auch planerisch begünstigte, auf Grund wirtschaftlicher Zwänge nur schwer zu umgehende Funktionsverlagerungen. Nicht zuletzt war ein massives, für die Altstadt bedrohliches, peripheres Verkaufsflächenwachstum bei gleichzeitigem altstädtischen Verkaufsflächenschwund festzustellen. Dies ist allerdings bei Weitem keine Regensburg spezifische oder allein der Stadtverwaltung anzulastende Problematik, sondern die allseits bekannte städtebauliche Hypothek der jüngsten Vergangenheit der meisten deutschen Städte.

Die Stadtverwaltung hat dies erkannt und mit dem Einzelhandelsrahmenkonzept 1997 eine entsprechende Entwicklungsrichtung eingeschlagen. Damit hat auch die Kommunalpolitik

das Bewahren des Standorts Altstadt als dem obersten zentralen Standort der städtischen Zentrenhierarchie öffentlich zur Ägide erhoben – erkennend, dass ein weiterer Funktionsverlust die Gesamtattraktivität des Standortes schmälern, ihn einer zunehmenden Beliebigkeit aussetzen und dadurch nicht zuletzt immense öffentliche wie auch private Investitionen grundlegend entwerten würde.

Diese Entwicklung begleiten mehrere systemimmanente Schwierigkeiten. Zunächst ist dies die mit hoher Multifunktionalität und Urbanität unweigerlich einhergehende Pluralität der Interessen. Dies bedingt eine hohe Anzahl an einflussnehmenden Akteuren und Akteursgruppen, bei gleichzeitig nur sehr geringer Möglichkeit einer formell und informell gesteuerten Einflussnahme auf die Entwicklung z.B. des Gewerbebesatzes. Auch birgt dieser Pluralismus die Gefahr, dass Akteursgruppen nicht oder nur unzureichend eingebunden sind bzw. die einzelnen Elemente der verschiedenen Gruppen sich nur unzureichend vertreten fühlen. Es seien hier beispielhaft die verschiedenen und dennoch bei Weitem nicht die Masse der Betriebe vertretenden Einzelhandelsvertretungen genannt sowie die für die Standortentwicklung extrem wichtige Gruppe der Immobilienbesitzer. Letztere sind für Innenstädte generell, vor allem jedoch für jene in Realerbeitungsgebieten auf Grund der übermäßig zersplitterten Besitzverhältnisse (vgl. Tabelle 3) von besonderer Bedeutung für eine überlegte Ent-

wicklungspolitik. In Regensburg ist die Gruppe der Altstadt-Immobilienbesitzer faktisch nicht organisiert. Seitens der Stadtverwaltung war bis vor kurzem auch keine nennenswerte aktive An-

sprache existent, wobei hinzuzufügen ist, dass sich nur einige wenige stadtentwicklungsstrategisch kaum bedeutsame Gebäude im Besitz der Stadt Regensburg befinden.

Tabelle 3: Eigentümerstruktur für Altstadt-Immobilien mit Einzelhandelsbesatz

	Anzahl	in %
<b>Eigentümergeinschaften</b>	182	42
<b>Privatpersonen</b>		
davon aus Regensburg	125	29
von außerhalb	66	15
<b>Stiftungen, Grundbesitzverwaltungen, o. ä.</b>		
davon aus Regensburg	34	8
von außerhalb	24	6
<b>Insgesamt</b>	431	100

Quelle: Deß 2005, S. 61

Des Weiteren sind die erwähnte vorteilhafte Nutzungsmischung und die Vielzahl lebensstilorientierter Kleinanbieter mit konkreten Nachteilen verbunden: Dazu zählen neben der Unübersichtlichkeit des Angebots auch die geringe Möglichkeit einer Strukturierung der Einkaufswege und die geringe Wahrnehmbarkeit des einzelnen Anbieters<sup>11</sup>. Durch die Weitläufigkeit des Haupteinkaufsbereichs, die Masse an kleinen Läden und die recht häufige Betriebsfluktuation<sup>12</sup> kann der Konsument das Angebotsportfolio am Standort Altstadt nur sehr schwer überblicken. Der einzelne Laden wird kaum wahrgenommen, da er nur geringe Schaufensterflächen hat. Eigenständige Werbeaktionen sprengen das meist sehr knappe Budget – von deren Sinnhaftigkeit ganz zu schweigen. Die kontinuierlich hohe Zahl an Neueröffnungen wird somit oft erst durch Zufall wahrgenommen, Werbeaktionen aus dem Bestand bleiben meist aus. Die Wahl des Mikrostandortes passiert allein im Streben nach einer möglichst hohen Passantenfrequenz. Qualitative Kriterien, wie z.B. Komplementärwirkung der bestehenden Nutzungsmischung oder des Sortimentsmix, bleiben außen vor. Auch die Vermieter denken mit wenigen Ausnahmen lediglich an kurzfristige Gewinnmaximierung und vernachlässigen eine stimmige oder gar abgestimmte Entwicklung des Objektumfeldes. Auf Grund dieser mangelnden Profilierung von Teilbereichen fällt es dem Altstadtbesucher sehr schwer, seine Einkaufswege zu strukturieren.

Fakt ist außerdem, dass selbst an einem so vorzüglichen Erlebnisstandort nicht jeder Altstadtbesucher stets das Verlangen hat, sich auf Entdeckungstour zu begeben. Häufiger ist es die sichere Kenntnis um ein bekanntes Sortiment,

die einem Standort geregelte Besucherströme zuführt.

Ein in dieser wenig detaillierten Reihung noch zu erwähnender Punkt ist das oftmals verbesserungswürdige Niveau der Ladengestaltung. Mangelhafte Ladenraum- sowie insbesondere Schaufenstergestaltung wirkt sich primär auf das direkte Umfeld, bei Häufung aber auch auf den gesamten Standort negativ aus. Den Betreibern der vielen Kleinbetriebe mangelt es häufig schlicht an Professionalität. Die Individualität der Einzelhandelslandschaft liegt zwar zu großem Teil genau in diesem Punkt begründet. Bestimmte Standards sind jedoch einzuhalten und unterscheiden den Innovativen vom „Down Trader“.

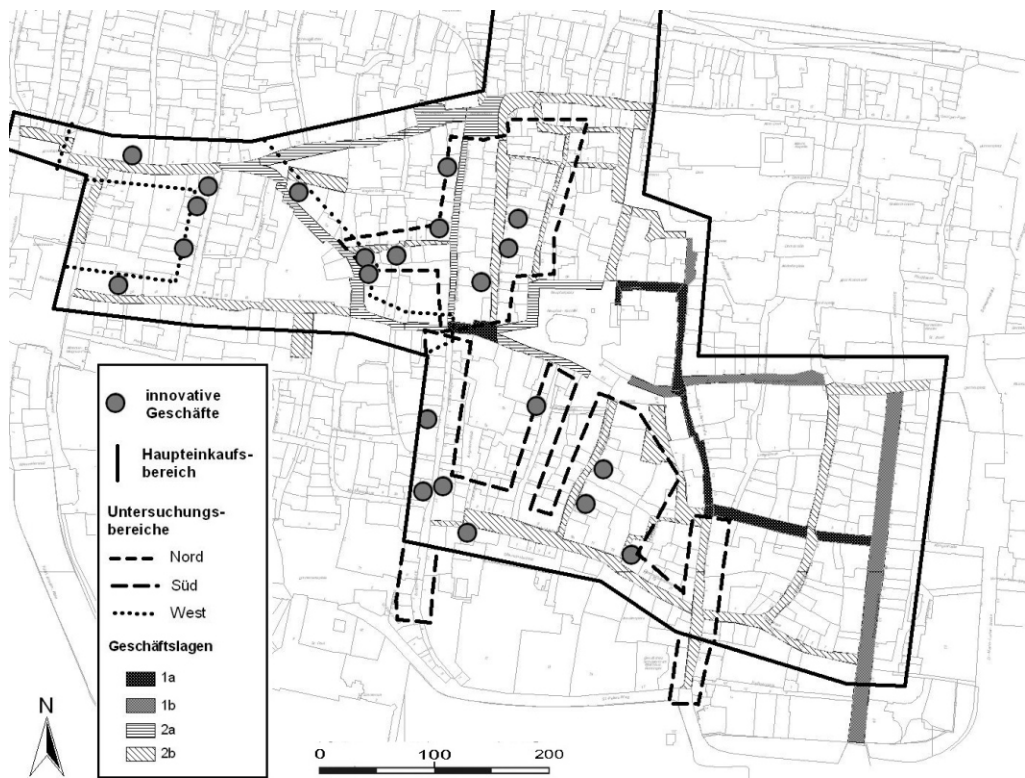
#### Mehrwert durch kleinteilige Innovationsträger

Solche innovativen Betriebe wurden für die Nebengeschäftslagen der Regensburger Altstadt anhand eines Kriterienkatalogs von konservativen, aber auch von so genannten „Down Tradern“ differenziert. Zum Einen wurden für die Unterscheidung die Trennkriterien nach Franzmann<sup>13</sup> gewählt, die eine Differenzierung nach Grad der Anpassung, Lebensstilorientierung und Individualität, also letztlich der Innovationsfreude vornahm. Dazu untersuchte sie die Ausrichtung der Läden auf eine bestimmte Zielgruppe sowie den Umfang der Laden-, Sortiments- und Konzeptänderung der letzten fünf Jahre. Zum Anderen wurden aufbauend auf diesem Konzept weitere Kriterien verwendet, die von den Ladenbetreibern in einem Fragebogen als erfüllt angegeben werden mussten, um als innovativ zu gelten. So musste bei innovativen Betrieben min-

destens eine der folgenden Zielgruppen als „sehr wichtig“ für den Betrieb eingestuft werden: „besser Verdienende“, Qualitätsbewusste“, „Umweltbewusste“, „Szenepublikum“ und/oder „Fachkundige/Spezialisten“. Außerdem mussten Betriebe, die älter als drei Jahre waren, eine mindestens „geringfügige“ Veränderung in ihrem Betrieb aufweisen. Bei jüngeren Läden ging der Autor von einer zeitgemäßen Angepasstheit aus. Des Weiteren musste mindestens eines der folgenden Statements mit „trifft voll zu“ bewertet werden: „Mein Sortiment ist auf bestimmte Zielgruppen ausgerichtet“ und/oder „Ich lege Wert

auf ein besonderes, individuelles Ambiente“. Zudem musste ein bestimmtes Maß an Individualität vorhanden sein, sei es in Bezug auf Sortiment, Ladengestaltung oder Konzept. Diese Individualität konnte sich sowohl in einer bewussten Originalität oder Atmosphäre äußern (z.B. Ladenmöblierung, Warenpräsentation) wie auch im historischen Bezug der Ladengestaltung (z.B. freigelegte Wandmalereien oder Deckengewölbe). Nach Abschluss der Untersuchung ließen sich 22 Betriebe als innovativ klassifizieren (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Lage der als innovativ klassifizierten Betriebe im Untersuchungsgebiet



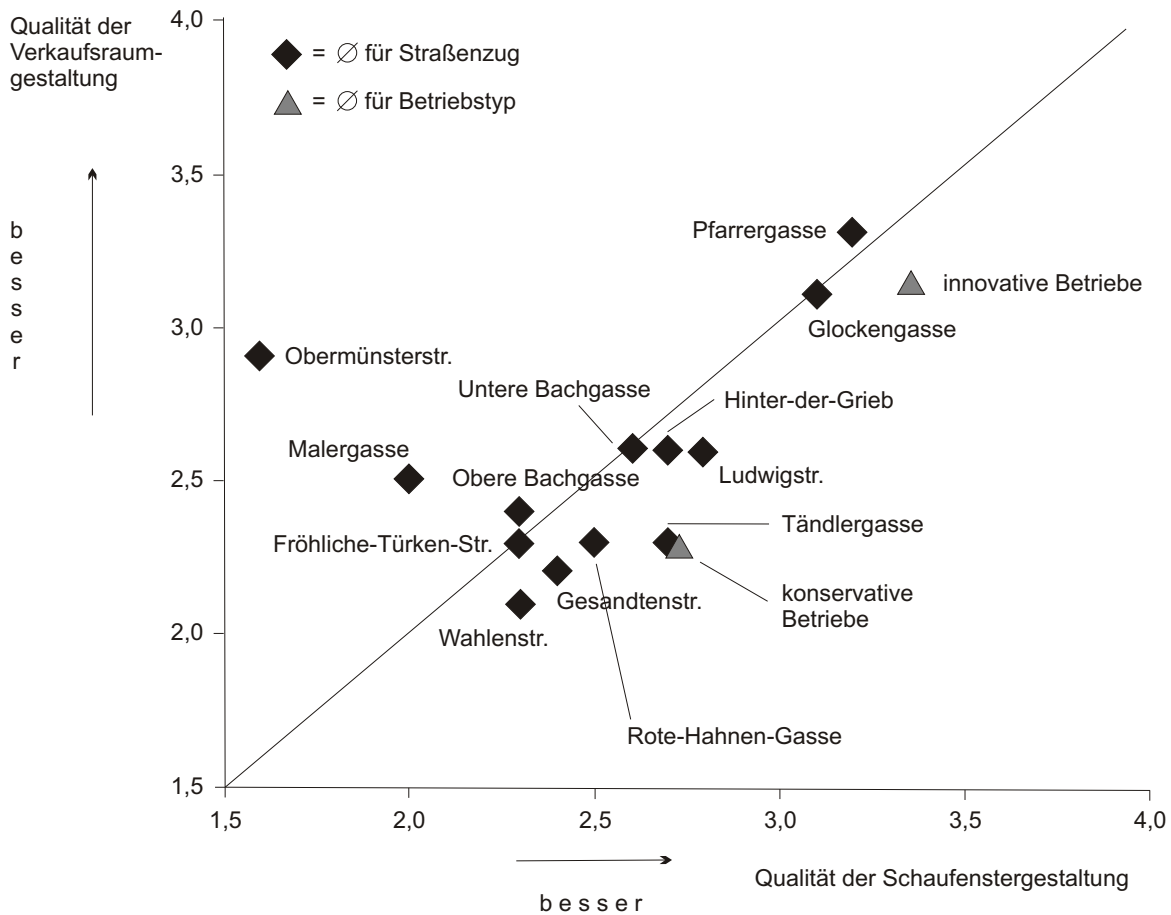
Quelle: Deß 2005, S. 131

Tatsächlich erwiesen sich innovative Betriebe von modernen Betriebsformen und -standorten geringer beeinflusst, hatten bessere Zukunftsperspektiven und zeigten sich als wesentlich sensibler gegenüber weichen Standortfaktoren (Nutzungsmischung, Flair des öffentlichen Raumes, etc.). Bezüglich der Passantenfrequenz ist die Abhängigkeit von Laufkundschaft sehr gering. Dafür nimmt Stammkundschaft einen sehr hohen Stellenwert ein, wobei der Begriff vor dem Hintergrund der häufigen Neuausrichtung am Kundengeschmack neu gewichtet werden muss. Diese Betriebe besitzen somit die Fähigkeit, in weniger zentralen (Neben-)Geschäftslagen nicht nur zu überleben, sondern diese auch entscheidend zu beleben. Trotz der geringen Professio-

nalität der Betreiber – was zum großen Teil ein Grund für deren erfreulich geringe Standardisierung ist – liegt das Qualitätsniveau der Ladengestaltung bei diesen Betrieben durchweg auf deutlich höherem Niveau (vgl. Abbildung 3).

Dabei bedienen die innovativen Geschäfte eine ähnliche Kundenklientel wie die konservativen: Innenstadttypisch qualitätsbewusst, fachkundig und weniger preisbewusst, überraschenderweise nur sehr wenig szeneauffin, wohl aber jünger. Entsprechend der Lebensstilausrichtung zeigen sich diese Betriebe auch in Punkto Öffnungszeiten besser an den Erlebnisstandort Altstadt angepasst: Eine Verschiebung in die frühen Abendstunden hinein birgt hohes Kopp-

Abbildung 3: Positionierungsmodell zur Ladengestaltung ausgewählter Nebengeschäftslagen



Quelle: Deß 2005, S. 168

lungspotenzial zum gastronomischen und kulturellen Angebot des auch tageszeitlich multifunktionalen Standortes.

Diese Indizien für eine überdurchschnittlich gute Anpassung solcher Betriebe an den Standort Regensburger Altstadt werden durch die durchweg deutlich positiveren Einschätzungen der Inhaber/Betreiber bezüglich der Entwicklungsperspektiven des eigenen Geschäfts unterstrichen. Aus standortorientierter Sicht ergibt sich durch eine von solchen innovativen Betrieben geprägte Einzelhandelslandschaft der Mehrwert eines dauerhaften Alleinstellungsmerkmals Altstadt Regensburg.

### Entwicklungsvorschläge

Die Verletzbarkeit der skizzierten Urbanität und ihrer prägenden Elemente dürfte deutlich geworden sein. Um dieses USP nicht zu verlieren, müssen alle innerstädtischen Funktionen Berücksichtigung finden. Dem Einzelhandel kommt dabei eine besondere Rolle zu. Entsprechend seiner Stellung als innerstädtische Leitfunktion muss er eine Qualität besitzen, welche die Regensburger Altstadt als im Standortwettbewerb

konkurrenzfähige Shopping-Destination positioniert. Ansonsten würde angesichts der Alternativen der wesentliche Anreiz für alltägliche Zentrenbesuche verloren gehen. Für den nötigen Grundstock an Kompetenzzuweisung und somit Passantenfrequenz sind zweifelsfrei Markenartikler in der Hauptgeschäftslage von Nöten. Auch wenn die Wirtschaftsförderung in diesem Bereich jüngst Erfolge erzielen konnte, besteht hier nach wie vor Handlungsbedarf.

Die Nebengeschäftslagen indes sind entsprechend ihrer Funktion als eigentlicher Mehrwert des Standortes zu profilieren. Hier finden sich die Spezialisten, Pioniere, Traditionalisten, Exklusives und Allerlei. Durch kurzweilige endogene Anpassung oder Betriebsfluktuation findet eine stete Orientierung am Puls der Zeit statt. Vor dem Hintergrund des „Regensburger Rahmens“ komplettieren sie das vorhandene Angebot an Gastronomie, Dienstleistern und touristischen Angeboten zum Erlebnis Altstadt - zur uneinholbaren USP.

Stadt, Landkreis, Sparkasse und dem Hans-Lindner Institut ist in Zeiten von Basel II mit dem „Regensburger Startkapital“ ein wesentlicher und

vor allem lokal getragener Beitrag zur Sicherung der hohen Rate an Existenzgründungen geglückt. Dies ist für einen Standort lebensnotwendig, der sich durch die sowohl segensreiche als auch gefährliche mangelnde Professionalität der vielen kleinen Betriebe zugunsten hoher individueller Lebensstilorientierung und dadurch permanent erhöhter Fluktuationsanpassung auszeichnet.

Leider besteht nach wie vor kein Leitbild für die Altstadt, auf welches sich alle maßgeblichen Akteure verständigt haben. Um die zweifelsfrei vorhandenen Anstrengungen zielführend abstimmen und bündeln zu können, ist die Ausarbeitung einer belastbaren Zielsetzung jedoch zwingende Voraussetzung.

Auch auf der Ebene der Interessensvertretungen besteht Optimierungsbedarf. Im Bereich Einzelhandel existieren mehrere Werbegemeinschaften, welche jedoch zwei große Nachteile auf sich vereinen. Sie repräsentieren weder im Einzelnen noch in ihrer Summe den Händlerbesatz der Altstadt auch nur annähernd adäquat. Die „Werbegemeinschaft“ ist gesamtstädtisch aufgestellt und dementsprechend auch ihren Mitgliedern außerhalb der Altstadt verpflichtet. Die „Altstadtkaufleute“ sind keine reine Einzelhandelsinteressensgemeinschaft, sondern vom Ansatz und in abgeschwächter Form auch in ihrer tatsächlichen Mitgliederstruktur eine ganzheitliche Altstadtmarketing-Institution. Zudem repräsentieren sie nur eine kleine Auswahl an Altstadtbetrieben, welche sich qualitativ und im Bezug auf ihren Mikrostandort deutlich von der Grundgesamtheit unterscheiden.

Weitere, teilweise nur temporär bestehende Interessensgemeinschaften, wie z.B. die „IG Altstadt“, entstehen eben aus der Tatsache, die eigenen, oft mikrostandortbezogenen Interessen durch die bestehenden Institutionen nicht genügend berücksichtigt zu wissen bzw. aus konkreten Problemlagen, für welche eine zeitlich begrenzte Bereitschaft zur Kooperation besteht.

In Zukunft sollte eine klare Separation nach Funktion und Wirkungsbereich bei möglichst hoher Mitgliederzahl angestrebt werden. Die damit verbundene Entflechtung erleichtert die Altstadtentwicklung erheblich, da es die Konsensfindung in den Vereinen stark vereinfacht und den Weg für eine koordinierende Gremienarbeit eröffnet. Dieser obläge es dann, die klar artikulierten Interessen, auch von nicht institutionalisierter Seite, im Hinblick auf das Leitbild ausgewogen abzustimmen und vor allem, verfügbare Mittel sinnvoll zu bündeln. Da der Standort wesentlich von seiner urbanen Multifunktionalität und Mischnutzung lebt, können sich formal einseitige Aktionen leicht auch für die übrigen Funktionsträger positiv auswirken. Ebenso leicht

können sich unabgestimmte Aktionen nachteilig bemerkbar machen oder sich zumindest in ihrer Wirkung aufheben – vom geringeren Effekt auf Grund der kleineren Budgets ganz zu schweigen.

Auch die Neuschaffung von Interessensvertretungen in anderen Bereichen ist notwendig. Insbesondere zur Miteinbeziehung der Immobilienbesitzer gibt es keine Alternative. Schließlich sind sie es, welche durch ihre Vermietungen den Gewerbebesatz bestimmen und somit den Inhalt des „Regensburger Rahmens“ gestalten. Über das proaktive Ansprechen der einzelnen Eigentümer hinaus muss so schnell als möglich eine als Entwicklungspartner belastbare Interessensvertretung der Altstadt-Immobilienbesitzer das Ziel der Bemühungen sein. Diese ist für eine nachhaltige Standortentwicklung zu sensibilisieren, da den Immobilienbesitzern ein Großteil der Rolle und der Verantwortung obliegt, die ein Centermanager schultert, der bemüht ist, durch den optimalen Mietermix die Investitionen in den Standort zu sichern.

Als konkrete Entwicklungsstrategie für die Regensburger Altstadt mit den oben skizzierten Problematiken und Schwächen bietet sich die thematische Clusterung an. Durch eine themenorientierte Bündelung von Gewerbebesatz nach historischem Vorbild (z.B. Tändlergasse) ist man in der Lage, einzelnen Bereichen Profil zu verleihen. Dadurch wird nicht nur die Strukturierung von Einkaufswegen erleichtert, sondern der Besucher bekommt nicht zuletzt durch einfachere Werbeansprache einen Überblick über das Gesamtportfolio des Standortes. Er wird befähigt, seine Entdeckungsreisen in Punkto Wegstrecke und Zeitaufwand erheblich zu reduzieren bzw. gezielte Einkaufsgänge zu erledigen. Solche Cluster könnten sein: internationale Lebensmittel, Young Fashion, Exklusives, Handwerk und Moderne, usw. Das Label steht dabei nur für den Angebotsschwerpunkt und erstreckt sich über den Einzelhandel hinaus auf alle Nutzungen. Multifunktionalität und Mischnutzung bleiben dadurch erhalten, Komplementäreffekte sind offensichtlich und die Hürden für kleinräumige Kooperationen minimiert. Selbst die standorttypisch erhöhten Betriebsfluktuationen sind ihres potentiell vorhandenen Negativeffekts beraubt, solange sie sich innerhalb des Themas bewegen. Sie verändern dann nämlich das Profil des Standorts nicht und schaffen auch keine neue, ungewisse Sortimentszusammensetzung. Darüber hinaus müssen sie vergleichsweise wenig Kraft in das Erlangen von Kundenaufmerksamkeit stecken, da am Thema Interessierte sowieso vorbei kommen.

Unzweifelhaft sind die angesprochenen Ansätze mit mühsamer Arbeit verbunden, welche sich nicht nur Sachfragen widmen kann, sondern sich auch mit der Entstehungsgeschichte der der-

zeitigen Strukturen und dem sozialen Geflecht der Repräsentanten befassen muss, um konstruktiv Einfluss nehmen zu können. Dies kann von den bestehenden Institutionen nicht geleistet werden. Die von allen Akteuren bereits befürwortete Installation eines Citymanagers ist unumgänglich. Nur eine solcher ‚Altstadtkümmerer‘ kann sich adäquat des vielschichtigen Tätigkeitspektrums annehmen. Die anderen Akteure sind schlicht nicht in der Lage, die notwendige Zeit aufzubringen, oder stehen in einer dominierten Abhängigkeit, welche sie angreifbar macht. Mit der Aufnahme in das Hist.Urban-Projekt der EU konnte man entsprechende finanzielle Mittel erschließen. Zugleich ist eine Plattform zum Erfahrungsaustausch mit Städten ähnlicher Konstitution auf europäischer Ebene gegeben sowie ein erhöhter Entwicklungsanreiz durch die direkte Vergleichbarkeit.

## Resumée

Regensburg muss sich kein USP erarbeiten, da es mit seiner Altstadt bereits über eines verfügt. Entscheidend ist dabei, dass es sich nicht nur um ein reines Gebäudeensemble handelt, sondern um einen Ort lebendiger Urbanität. Um den einmaligen Charakter zu bewahren, ist der Erhalt des Gesamtensembles, also aller funktionalen

Einzelteile, notwendig. Der Einzelhandel stellt auch in der Regensburger Altstadt die für die Urbanität bedeutendste Innenstadtfunktion dar. Insofern kommt dem Erhalt, der unterstützenden Einflussnahme und der standortorientierten Entwicklung dieser einzigartigen Einzelhandelslandschaft größte Bedeutung zu. Besonderes Augenmerk ist dabei auf das prägende Element der kleinteiligen, lebensstilorientierten Betriebsstrukturen zu verwenden, die die sowohl an den Gebäudebestand als auch das Flair dieses Erlebnisstandortes optimal angepasste Nutzung darstellen.

Die skizzierten Strategien sind mühsam, lohnen sich aber in vielfacher Hinsicht, schließlich haben Bemühungen an einem derart vielschichtigen Standort neben erhöhtem Aufwand auch die Eigenschaft des höchsten Multiplikatoreffekts. Beispielsweise werden die hohen Investitionen in der Vergangenheit nicht entwertet, die Nutzung vorhandener Strukturen ist volks- und stadtwirtschaftlich erheblich effizienter, und die bestehende Betriebsstruktur ist arbeitsmarktpolitisch gerade im Hinblick auf dessen strukturelle Probleme von hoher Bedeutung; ganz abgesehen von sozialen Gesichtspunkten wie Identitätsstiftung, restriktionsfreier Begegnungsstätte und lebendiger Persistenz von Geschichte.

## Fußnoten

- <sup>1)</sup> Vgl. Deß, T. (2005): Einzelhandel in Nebengeschäftslagen historischer Innenstädte - Das Beispiel der Regensburger Altstadt, Kapitel 2.2.5 und 2.2.6 zu möglichen Entwicklungsszenarien für Innenstädte und für Altstädte im Besonderen.
- <sup>2)</sup> Lehnerdt, J., Rosen, Ch., Drasch, T. (2000): Fremddimageanalyse Regensburg, Köln, S. 23
- <sup>3)</sup> Vgl. Bödeker 2003, S. 114 und Deß 2005, S. 130 ff.
- <sup>4)</sup> Der Begriff "Einzelhandelslandschaft" wird im Sinne des Verständnisses von Schröder, F. (1999), Einzelhandelslandschaften in Zeiten der Internationalisierung, S. 48, verwendet. Demnach umfasst er neben der bloßen objektiven Einzelhandelsstruktur auch die Metaebene der emotionalen Bezüge aus der Vielfalt der Betriebe und deren Umfeld - vergleichbar mit der Anmutung einer Landschaft für deren Betrachter. Somit werden neben anderen Nutzungen auch außerökonomische Elemente, wie z. B. die Anmutung des Stadtraumes, miteinbezogen.
- <sup>5)</sup> "Zentraler Bereich" = von Donau, D.-Martin-Luther-Straße, Alleengürtel und der Linie Weißgerbergraben, Arnulfplatz, Bismarckplatz und Schottenstraße begrenztes Areal. Entspricht dem oberzentralen Einzelhandelsstandort, der City der Stadt Regensburg: "Nebengeschäftslagen" sind die 2er und 3er-Lagen innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches der Zentralen Altstadt.
- <sup>6)</sup> Vgl. Deß 2005, S. 88, 92, 151
- <sup>7)</sup> Regensburg besitzt eine sehr hohe Gastronomiedichte. Ca. 1/4 dieser Betriebe befinden sich in der Altstadt. Die Stadtverwaltung setzt inzwischen sehr restriktive Genehmigungshürden, um eine einseitige Nutzungsdominanz zu verhindern und einer weiteren Verfestigung funktionaler Cluster entgegenzusteuern.
- <sup>8)</sup> Der Filialisierungsgrad der 1er-Lagen ist atypisch niedrig: 1a-Lage ca. 70%, 1b-Lage <45% (vgl. Kempers Cityprofil Regensburg, Stand 7/2005 mit Lageneinteilung nach Deß 2005, S. 26ff). In der Nebengeschäftslage ist der Filialisierungsgrad mit ca. 15% (Wert für die Nebengeschäftslagen nach Deß 2005, S. 126) für Innenstädte ebenfalls ausgesprochen niedrig. Beides ist ein Indiz für die individuelle, non-konformistische Einzelhandelslandschaft.

- <sup>9)</sup> Nach Berechnungen des Autors auf Basis der jeweiligen Einzelhandelserhebung der Stadt Regensburg
- <sup>10)</sup> Die verwiesenen Daten entspringen der Analyse weiter Bereiche der Nebengeschäftslagen. Die Grundaussage lässt sich jedoch auf den gesamten Standort Altstadt anwenden.
- <sup>11)</sup> Vgl. Deß 2005, Kapitel 6
- <sup>12)</sup> Mehr über die spezifische Bedeutung von Fluktuation ist nachzulesen bei Deß 2005, S. 105
- <sup>13)</sup> Franzmann 1996, S. 243

## Literatur

- BÖDEKER, B. (2003): Städtetourismus in Regensburg. Images, Motive und Verhaltensweisen von Altstadttouristen, Bayreuth
- Deß, T. (2005): Einzelhandel in Nebengeschäftslagen historischer Innenstädte – Das Beispiel der Regensburger Altstadt, Bayreuth (= Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung, Heft 239)
- FRANZMANN, G. (1996). Gentrification und Einzelhandel: Gibt es die „neuen“ Geschäfte?, In: FRIEDRICH, J., KECSKES, R. (Hrsg.): Gentrification. Theorie und Forschungsergebnisse, Opladen, S.229-258
- KEMPER'S (Hrsg.) (2003): City Profil Regensburg, Düsseldorf
- LEHNERDT, J.; ROSEN, CH.; DRASCH, T. (2000): Fremddimageanalyse Regensburg, Köln
- POPP, M. (2002): Innenstadtnahe Einkaufszentren, München (= Geographische Handelsforschung 6)
- SCHRÖDER, F. (1999): Einzelhandelslandschaften in Zeiten der Internationalisierung. Birmingham, Mailand, Passau (= Geographische Handelsforschung 3)



# Tabellen

- Bevölkerung
- Bau- und Wohnungswesen
- Arbeitsmarkt
- Verarbeitendes Gewerbe
- Baugewerbe
- Preisindex der Lebenshaltung
- Versorgung und Verbrauch
- Regensburger Verkehrsverbund
- Kraftfahrzeuge
- Binnenschiffsverkehr
- Fremdenverkehr
- Lebensmittelüberwachung
- Immissionsmessergebnisse
- Wohngeld
- Stadtbücherei
- Theater Regensburg
- Regensburger Badebetriebe
- Kriminalwesen
- Straßenverkehrsunfälle
- Feuerwehr
- Kommunalfinanzen



## Erläuterungen zur Bevölkerungsstatistik

Die Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg beruhte bis zum 31.12.1999 auf einer Fortschreibung der Einwohnerzahl auf Grundlage der Ergebnisse der Volks- und Berufszählung von 1987. Damals war ein Abgleich der Melderegisterdaten mit den Angaben aus der Volkszählung nicht möglich. Deshalb wurde die Bevölkerungszahl anhand der registrierten Geburten, Sterbefälle, Zuzüge und Wegzüge - unabhängig von der Einwohnerzahl im Melderegister - fortgeschrieben.

Das Amt für Stadtentwicklung verwendet ab dem 01.01.2000 ausschließlich das Melderegister als Datenquelle. Dieser Schritt war aus folgenden Gründen sinnvoll und erforderlich:

- Im Verlauf des Jahres 1998 fanden umfangreiche Bereinigungen des Datenbestandes im Melderegister statt, die zu einer Beseitigung der bislang doch erheblichen Differenz beider Einwohnerzahlen - Fortschreibung und stichtagsbezogener Registerstand - führte.
- Mit der Implementierung eines neuen Client/Server-Verfahrens für das Meldewesen im Jahr 1999 verlagerte sich die Zuständigkeit für "Statistik-Auswertungen" aus dem Melderegister vom Rechenzentrum zum Amt für Stadtentwicklung. Die bislang manuelle Erfassung von Bevölkerungsbewegungen konnte damit zum 31.12.1999 entfallen, da das neue Meldewesen potenzielle Bevölkerungsbewegungen automatisch generiert. Aus diesen Daten werden dann von der Statistik als relevant erkannte (tatsächliche) Bevölkerungsbewegungen "gefiltert".
- Mit zunehmendem Abstand zu der mittlerweile über 13 Jahre zurückliegenden Volkszählung erhöht sich die Ungenauigkeit der fortgeschriebenen Bevölkerungszahl. Ursache sind i. d. R. Korrekturen der Nebenwohnsitze, die von der Fortschreibung nicht erfasst werden.
- Die Fortschreibung der Einwohnerzahl beschränkte sich aus Aufwandsgründen auf die Gesamtstadt und führte nur die Merkmale Alter und Geschlecht. Die Fortschreibung für Stadtbezirke und Unterbezirke erfolgte ohne zusätzliche Merkmale. Kleinräumige Auswertungen zum Bevölkerungsbestand, die nach Merkmalen wie Alter, Geschlecht, Nationalität, Familienstand, usw. differenzierten, konnten ohnehin nur auf Grundlage der Daten des Melderegisters gemacht werden. Die Bevölkerungsfortschreibung kann wegen ihres beschränkten Datenangebots den enorm gestiegenen Bedarf nach kleinräumig strukturierten Daten nicht mehr im erforderlichen Umfang abdecken.

Im Meldewesen werden, gerade im Hinblick auf die zukünftige Volkszählung, die aus Kosten und Akzeptanzgründen aus den Melderegistern stammen soll, auch weiterhin große Anstrengungen unternommen den Datenbestand laufend zu optimieren. Für die Kommunalstatistik der Stadt Regensburg, deren Aufgabe primär darin besteht, statistische Informationen für innerstädtische Gebietseinheiten zu erstellen, überwiegen die Vorteile der laufenden "Bestandsstatistik" aus dem Melderegister gegenüber der bisherigen Fortschreibung, auch wenn zukünftige Optimierungen der Datenbasis zu erneuten Zäsuren in der Dokumentation der Einwohnerentwicklung führen können.

	April		Mai		Juni	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
<b>I. Bevölkerungsstand und -bewegung <sup>1)</sup></b>						
<b>Bevölkerungsstand</b>						
<b>Bevölkerung</b> insgesamt .....	150.509	151.491	150.396	151.568	150.295	151.521
darunter Hauptwohnbevölkerung <sup>2)</sup> .....	.	.	.	.	129.175	.
davon Deutsche .....	136.858	137.601	136.819	137.706	136.605	137.677
Ausländer .....	13.651	13.890	13.577	13.862	13.690	13.844
(in %) .....	9,1	9,2	9,0	9,1	9,1	9,1
davon männlich .....	73.244	73.693	73.177	73.713	73.138	73.674
darunter Ausländer .....	6.958	6.950	6.886	6.919	6.926	6.915
weiblich .....	77.265	77.798	77.219	77.855	77.157	77.847
darunter Ausländer .....	6.693	6.940	6.691	6.943	6.764	6.929
davon unter 6 Jahre .....	6.598	6.582	6.581	6.622	6.593	6.623
darunter weiblich .....	3.252	3.216	3.231	3.243	3.232	3.244
Ausländer .....	579	527	572	537	572	527
6 bis unter 15 Jahre .....	9.925	9.793	9.929	9.781	9.921	9.762
darunter weiblich .....	4.683	4.662	4.685	4.664	4.681	4.675
Ausländer .....	1.158	1.178	1.173	1.171	1.180	1.166
15 bis unter 25 Jahre .....	23.302	23.234	23.146	23.145	22.945	22.988
darunter weiblich .....	12.335	12.414	12.249	12.374	12.162	12.276
Ausländer .....	2.200	2.128	2.144	2.101	2.126	2.085
25 bis unter 45 Jahre .....	53.126	53.609	53.129	53.642	53.211	53.692
darunter weiblich .....	25.061	25.307	25.104	25.328	25.138	25.381
Ausländer .....	6.698	6.956	6.681	6.942	6.789	6.953
45 bis unter 65 Jahre .....	32.783	33.146	32.804	33.184	32.831	33.191
darunter weiblich .....	16.514	16.659	16.530	16.672	16.529	16.665
Ausländer .....	2.451	2.512	2.443	2.516	2.461	2.512
65 und mehr Jahre .....	24.775	25.127	24.807	25.194	24.794	25.265
darunter weiblich .....	15.420	15.540	15.420	15.574	15.415	15.606
Ausländer .....	565	589	564	595	562	601
<b>Natürliche Bevölkerungsbewegung</b>						
<b>Lebendgeborene</b> insgesamt .....	86	79	88	137	115	100
darunter weiblich .....	35	44	39	76	49	50
Ausländer .....	8	15	13	20	15	14
nichtehelich .....	.	.	.	.	.	.
<b>Gestorbene</b> insgesamt .....	101	104	119	111	143	110
darunter weiblich .....	64	49	65	61	75	57
Ausländer .....	3	2	3	1	4	3
<b>Natürlicher Saldo</b> insgesamt .....	- 15	- 25	- 31	+ 26	- 28	- 10
darunter weiblich .....	- 29	- 5	- 26	+ 15	- 26	- 7
Ausländer .....	+ 5	+ 13	+ 10	+ 19	+ 11	+ 11
<b>Wanderungsbewegung</b>						
<b>Zugezogene</b> insgesamt .....	1.069	858	632	797	848	677
darunter weiblich .....	524	442	299	383	378	312
Ausländer .....	253	237	142	156	278	139

	April		Mai		Juni	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
<b>Weggezogene</b> insgesamt .....	795	923	714	746	921	714
darunter weiblich .....	373	413	319	341	414	319
Ausländer .....	186	218	200	180	174	121
<b>Wanderungssaldo</b> insgesamt .....	+ 274	- 65	- 82	+ 51	- 73	- 37
darunter weiblich .....	+ 151	+ 29	- 20	+ 42	- 36	- 7
Ausländer .....	+ 67	+ 19	- 58	- 24	+ 104	+ 18
<b>Bevölkerungsbilanz</b>						
<b>Bevölkerungssaldo</b> insgesamt .....	+ 259	- 90	- 113	+ 77	- 101	- 47
darunter weiblich .....	+ 122	+ 24	- 46	+ 57	- 62	- 14
Ausländer .....	+ 72	+ 32	- 48	- 5	+ 115	+ 29
<b>II. Bau- und Wohnungswesen <sup>3)</sup></b>						
<b>Bauvorhaben</b>						
<b>Bauvorhaben</b> insgesamt .....	61	53	28	36	45	52
davon neue Wohngebäude (einschl. Wohnheime) .....	42	38	17	16	33	37
Nichtwohngebäude .....	3	7	6	6	3	5
Baumaßnahmen an bestehenden Gebäuden .....	16	8	5	14	9	10
Wohnungen .....	156	127	64	129	- 7	303
Wohnräume <sup>4)</sup> .....	621	605	243	454	392	544
Wohnfläche <sup>5)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	127	109	51	93	94	124
Nutzfläche <sup>6)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	41	72	138	164	78	105
<b>Neue Wohngebäude</b> (einschl. Wohnheime) insgesamt .....	42	38	17	16	33	37
darunter Ein- und Zweifamilienhäuser .....	31	33	13	10	24	34
Mehrfamilienhäuser .....	10	5	4	6	9	3
Wohnungen .....	137	142	62	132	91	297
darunter in Ein- und Zweifamilienhäusern .....	31	33	13	14	25	35
Mehrfamilienhäusern .....	106	109	49	118	66	262
davon mit 1 und 2 Wohnräumen .....	11	30	9	17	-	251
3 Wohnräumen .....	56	16	19	61	10	9
4 Wohnräumen .....	28	51	19	41	37	4
5 und mehr Wohnräumen .....	42	45	15	13	44	33
Wohnräume <sup>4)</sup> .....	555	600	233	456	430	521
Wohnfläche <sup>5)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	113	106	50	92	93	119
Nutzfläche <sup>6)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	2	-	-	-	-	4
<b>Neue Nichtwohngebäude</b> insgesamt .....	3	7	6	6	3	5
davon Bürogebäude .....	1	-	2	-	-	-
Betriebsgebäude (landw. und gew.) .....	2	7	4	6	3	4
sonstige Nichtwohngebäude .....	-	-	-	-	-	1
Wohnungen .....	-	-	-	-	-	-
Wohnräume <sup>4)</sup> .....	-	-	-	-	-	-
Wohnfläche <sup>5)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	-	-	-	-	-	-
Nutzfläche <sup>6)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	24	72	138	132	77	101
<b>Baumaßnahmen an bestehenden Gebäuden <sup>7)</sup> insgesamt</b> .....	16	8	5	14	9	10
davon an Wohngebäuden .....	12	7	4	10	8	9
Nichtwohngebäuden .....	4	1	1	4	1	1
Wohnungen .....	19	- 15	2	- 3	- 98	6
Wohnräume <sup>4)</sup> .....	66	5	10	- 2	- 38	23
Wohnfläche <sup>5)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	13	3	1	1	0	5
Nutzfläche <sup>6)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	15	0	0	32	1	1

	April		Mai		Juni	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
<b>Baufertigstellungen</b>						
<b>Baufertigstellungen</b> insgesamt .....	10	17	25	16	20	21
davon neue Wohngebäude (einschl. Wohnheime) .....	5	16	15	12	13	11
Nichtwohngebäude .....	4	-	1	-	2	1
Baumaßnahmen an bestehenden Gebäuden .....	1	1	9	4	5	9
Wohnungen .....	4	52	29	30	59	25
davon durch Neubau von Wohngebäuden .....	4	52	17	30	60	27
Nichtwohngebäuden .....	-	-	-	-	-	-
Baumaßnahmen an bestehenden Gebäuden .....	-	-	12	-	1	2
davon mit 1 und 2 Wohnräumen .....	-	25	3	14	3	1
3 Wohnräumen .....	-	12	7	1	12	3
4 Wohnräumen .....	-	3	6	2	21	13
5 und mehr Wohnräumen .....	5	12	13	13	29	10
Wohnräume <sup>4)</sup> .....	26	177	122	110	283	123
Wohnfläche <sup>5)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	7	36	25	26	70	27
Nutzfläche <sup>6)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	7	-	5	5	15	44
<b>Neue Wohngebäude</b> (einschl. Wohnheime) insgesamt .....	5	16	15	12	13	11
darunter Ein- und Zweifamilienhäuser .....	4	11	14	11	7	9
Mehrfamilienhäuser .....	-	5	1	1	6	2
Wohnungen .....	4	52	17	30	60	27
darunter in Ein- und Zweifamilienhäusern .....	4	12	14	11	7	9
Mehrfamilienhäusern .....	-	40	3	19	53	18
davon mit 1 und 2 Wohnräumen .....	-	25	-	16	-	-
3 Wohnräumen .....	-	12	3	-	17	8
4 Wohnräumen .....	-	3	-	1	21	11
5 und mehr Wohnräumen .....	4	12	14	13	22	8
Wohnräume <sup>4)</sup> .....	25	176	95	103	265	118
Wohnfläche <sup>5)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	6	36	21	24	65	25
Nutzfläche <sup>6)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	-	-	-	3	-	-
<b>Neue Nichtwohngebäude</b> insgesamt .....	4	-	1	-	2	1
davon Bürogebäude .....	1	-	-	-	-	-
Betriebsgebäude (landw. und gew.) .....	2	-	1	-	2	1
sonstige Nichtwohngebäude .....	1	-	-	-	-	-
Wohnungen .....	-	-	-	-	-	-
Wohnräume <sup>4)</sup> .....	-	-	-	-	-	-
Wohnfläche <sup>5)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	-	-	-	-	-	-
Nutzfläche <sup>6)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	7	-	5	-	17	45
<b>Baumaßnahmen an bestehenden Gebäuden</b> <sup>7)</sup> insgesamt .....	1	1	9	4	5	9
davon an Wohngebäuden (einschl. Wohnheimen) .....	1	1	8	3	3	9
Nichtwohngebäuden .....	-	-	1	1	2	-
Wohnungen .....	-	-	12	-	1	2
Wohnräume <sup>4)</sup> .....	1	1	27	7	18	5
Wohnfläche <sup>5)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	0	0	5	2	6	3
Nutzfläche <sup>6)</sup> (in 100 m <sup>2</sup> ) .....	-	-	1	2	2	1
<b>Gebäude- und Wohnungsbestand</b> <sup>8)</sup>						
Wohngebäude insgesamt .....	19.455	19.677	19.464	19.688	19.476	19.697
darunter Ein- und Zweifamilienhäuser .....	12.294	12.459	12.302	12.469	12.308	12.476
Mehrfamilienhäuser .....	7.125	7.181	7.126	7.182	7.132	7.184
Wohnungen (in Wohn- und Nichtwohngebäuden) .....	76.763	77.504	76.782	77.532	76.840	77.555
davon mit 1 und 2 Wohnräumen .....	15.238	15.350	15.241	15.364	15.238	15.363
3 Wohnräumen .....	20.434	20.651	20.441	20.652	20.453	20.655
4 Wohnräumen .....	21.146	21.330	21.148	21.331	21.169	21.344
5 und mehr Wohnräumen .....	19.945	20.173	19.952	20.185	19.980	20.193

	April		Mai		Juni	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
<b>III. Wirtschaft</b>						
<b>Arbeitsmarkt <sup>9)</sup></b>						
<b>Arbeitslose</b> insgesamt .....	12.504	11.938	11.825	10.904	11.399	10.272
davon Männer .....	6.796	6.562	6.259	5.721	5.944	5.319
Frauen .....	5.708	5.376	5.566	5.183	5.455	4.953
darunter Ausländer .....	1.823	1.808	1.749	1.645	1.653	1.523
Jugendliche unter 20 Jahre .....	423	330	368	296	308	280
ältere Arbeitslose (55 Jahre u.ä.) .....	1.330	1.364	1.277	1.253	1.272	1.194
Schwerbehinderte .....	777	743	725	721	693	718
Arbeitslosenquote <sup>10)</sup> .....	7,6	7,3	7,2	6,6	6,9	6,2
Teilzeitarbeitslose .....	.	.	.	.	.	.
Offene Stellen .....	1.137	2.116	1.222	2.346	1.344	2.336
Stellenvermittlungen .....	.	.	.	.	.	.
Kurzarbeiter .....	.	.	.	.	.	.
<b>Verarbeitendes Gewerbe <sup>11)</sup></b>						
Betriebe .....	77	76	77	75	77	76
Beschäftigte .....	29.657	29.563	29.650	29.578	29.642	29.487
Bruttolohn- und -gehaltssumme (in 1000 €) .....	109.447	113.214	111.033	113.526	143.589	153.454
geleistete Arbeitsstunden (in 1000) .....	3.879	3.299	3.486	3.852	3.994	3.432
Gesamtumsatz (in 1000 €) .....	1.036.796	919.344	1.050.097	1.099.336	1.043.151	961.670
<b>Baugewerbe <sup>11)</sup></b>						
Betriebe .....	9	7	9	7	9	7
Beschäftigte .....	1.130	994	1.219	1.063	1.229	1.078
Bruttolohn- und -gehaltssumme (in 1000 €) .....	2.993	2.386	3.699	3.260	3.930	3.269
geleistete Arbeitsstunden (in 1000) .....	120	88	131	136	165	127
Gesamtumsatz (in 1000 €) .....	6.052	3.990	6.384	6.595	11.009	7.698
davon Wohnungsbau (in 1000 €) .....	1.673	303	647	405	2.314	630
gewerbl. und industrieller Bau (in 1000 €) .....	1.964	1.537	2.777	2.035	3.048	2.622
öffentl. und Verkehrsbau (in 1000 €) .....	2.415	2.150	2.960	4.155	5.647	4.446
Auftragseingänge (in 1000 €) .....	14.095	14.040	14.547	21.022	19.574	12.485
davon Wohnungsbau (in 1000 €) .....	1.619	1.343	477	3.296	1.428	467
gewerbl. und industrieller Bau (in 1000 €) .....	1.194	1.763	1.733	4.506	3.597	1.529
öffentl. und Verkehrsbau (in 1000 €) .....	11.282	10.934	12.337	13.220	14.549	10.489
<b>Verbraucherpreisindex für Deutschland (2000 = 100)</b>						
Alle privaten Haushalte .....	107,7	109,9	108,0	110,1	108,1	110,3
Veränderung gegenüber dem Vorjahresmonat in % .....	+ 1,6	+ 2,0	+ 1,7	+ 1,9	+ 1,8	+ 2,0
Wohnungsmiete (einschl. Nebenkosten) .....	105,7	106,8	105,8	106,9	105,9	107,0
Veränderung gegenüber dem Vorjahresmonat in % .....	+ 1,0	+ 1,0	+ 1,1	+ 1,0	+ 1,0	+ 1,0
Wohnungsnebenkosten .....	108,7	110,4	108,8	110,4	108,8	110,5
<b>IV. Versorgung und Verbrauch</b>						
<b>REWAG KG <sup>12)</sup></b>						
Strombeschaffung (in 1000 kWh) .....	108.740	103.961	105.360	110.237	107.235	107.248
Gasbeschaffung (in 1000 kWh) .....	182.571	187.107	130.019	113.177	90.981	91.335
Wassergewinnung (in 1000 m <sup>3</sup> ) .....	1.065	1.074	1.080	1.133	1.136	1.122
Wärmeversorgung (in 1000 kWh) .....	4.086	5.098	2.739	2.813	1.771	2.217

	April		Mai		Juni	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
<b>V. Verkehr und Fremdenverkehr</b>						
<b>Regensburger Verkehrsverbund (RVV) <sup>13)</sup></b>						
Beförderungsfälle (in 1000) .....	2.747	2.735	2.691	2.814	2.621	2.558
Betriebsleistung in Wagen-km (in 1000 km) .....	1.044	934	930	1.031	1.080	969
<b>Kraftfahrzeuge</b>						
Zugelassene Kraftfahrzeuge <sup>14)</sup> .....	88.626	88.477	88.411	88.612	88.536	88.920
davon Pkw einschl. Kombi .....	74.314	74.834	74.128	75.067	74.338	75.383
Lkw .....	7.811	7.017	7.729	6.904	7.653	6.861
Krafträder .....	6.347	6.626	6.396	6.641	6.384	6.676
Kfz je 1000 Einwohner .....	589	584	588	585	589	587
Kfz-Erstzulassungen .....	1.028	1.052	988	1.318	1.283	1.285
<b>Binnenschiffsverkehr <sup>15)</sup></b>						
angekommene Schiffe .....	152	123	218	181	323	173
darunter ausländische Schiffe .....	108	84	162	122	195	117
abgegangene Schiffe .....	141	123	228	177	325	186
Güterumschlag insgesamt (in Tonnen) .....	168.087	140.714	305.972	213.921	371.191	187.542
<b>Fremdenverkehr <sup>16)</sup></b>						
Fremdenbetten insgesamt .....	4.040	4.194	4.096	4.241	4.159	4.246
darunter in Hotels .....	3.631	.	3.722	.	3.746	.
angekommene Gäste .....	32.334	30.669	34.490	41.309	39.335	36.667
darunter in Hotels .....	29.527	.	31.640	.	36.319	.
Auslandsgäste .....	7.327	6.725	7.218	8.485	7.662	9.340
Übernachtungen .....	55.036	56.102	60.273	70.234	67.973	65.076
darunter in Hotels .....	48.179	.	53.833	.	59.794	.
Auslandsgäste .....	13.673	12.735	13.707	15.702	15.311	18.141
Bettenbelegung <sup>17)</sup> insgesamt in % .....	45,4	43,3	47,6	51,4	54,5	47,4
in Hotels in % .....	44,2	.	46,8	.	53,2	.
<b>VI. Gesundheitswesen</b>						
<b>Lebensmittelüberwachung <sup>18)</sup></b>						
Kontrollen .....	304	299	196	288	239	290
darunter Dienstaufträge <sup>19)</sup> .....	8	8	-	2	4	10
Gezogene Proben insgesamt .....	72	27	12	50	69	38
Beanstandungen insgesamt .....	20	38	12	44	29	36
darunter Verwarnungen mit Verwarnungsgeld .....	11	7	5	6	13	7
Anzeigen .....	2	-	-	2	-	-
<b>Immissionsmessergebnisse <sup>20)</sup></b>						
Kohlenmonoxid CO Mittelwert (Tagesgrenzwert: 10 mg/m <sup>3</sup> ) .....	0,600	0,500	0,400	0,400	0,400	0,400
Kohlenmonoxid CO 98%-Wert .....	1,300	1,000	1,100	0,900	0,900	0,900
Stickstoffdioxid NO <sub>2</sub> Mittelwert (Jahresmittelgrenzwert: 0,04 mg/m <sup>3</sup> ) .....	0,054	0,051	0,047	0,046	0,049	0,045
Stickstoffdioxid NO <sub>2</sub> 98%-Wert .....	0,104	0,106	0,106	0,108	0,098	0,099
Feinstaub PM <sub>10</sub> Mittelwert (Jahresmittelgrenzwert: 0,04 mg/m <sup>3</sup> ) .....	0,030	0,027	0,022	0,026	0,022	0,028
Feinstaub PM <sub>10</sub> 98%-Wert .....	0,068	0,061	0,053	0,067	0,045	0,063
Ozon O <sub>3</sub> Mittelwert .....	0,032	0,038	0,042	0,050	0,045	0,051
Ozon O <sub>3</sub> 98%-Wert (Informationswert: 0,18 mg/m <sup>3</sup> ) .....	0,089	0,091	0,101	0,110	0,104	0,118

	April		Mai		Juni	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
<b>VII. Sozialwesen</b>						
<b>Wohngeld</b>						
ausgezahlte Beträge <sup>21)</sup> (in €) .....	215.580	392.417	204.990	417.693	197.909	400.201
darunter Mietzuschuss <sup>21)</sup> (in €) .....	209.346	386.085	199.915	411.270	193.493	395.471
Entscheidungen insgesamt .....	600	638	472	625	449	617
darunter Ablehnungen .....	159	158	110	154	113	175
<b>VIII. Bildungswesen, Kultur und Freizeit</b>						
<b>Stadtbücherei</b>						
Entlehene Medien <sup>22)</sup> insgesamt .....	89.066	86.664	83.940	94.904	86.511	81.453
je 100 Einwohner .....	59	57	56	63	58	54
<b>Theater Regensburg</b>						
<b>Theater am Bismarckplatz + Velodrom</b>						
Aufführungen .....	27	23	25	30	33	26
Besucher <sup>23)</sup> .....	10.513	9.279	9.534	12.491	13.053	9.912
Konzerte .....	6	5	5	5	6	2
Besucher <sup>23)</sup> .....	1.797	1.020	1.630	1.864	1.465	484
<b>Theater am Haidplatz + Turmtheater</b>						
Aufführungen .....	8	9	9	5	7	4
Besucher <sup>23)</sup> .....	835	780	1.231	482	602	251
<b>Regensburger Badebetriebe (RBB)</b>						
Besucher insgesamt (in 1000) .....	53	50	74	49	86	93
davon im Westbad (in 1000) .....	42	42	57	39	54	60
Hallenbad (in 1000) .....	11	8	8	9	9	7
Wöhrdbad <sup>24)</sup> (in 1000) .....	-	-	9	1	23	26
<b>IX. Öffentliche Sicherheit und Ordnung</b>						
<b>Kriminalwesen</b>						
Straftaten (ohne reine Verkehrsdelikte) .....	532	920	921	1.007	1.623	1.087
darunter Mord und Totschlag .....	-	-	-	1	-	-
Raub und räuberische Erpressung .....	10	8	8	4	25	4
gefährliche und schwere Körperverletzung .....	10	19	17	24	29	37
Vermögens- und Fälschungsdelikte .....	43	158	188	182	337	194
Diebstahl insgesamt .....	284	415	385	433	716	441
Rauschgiftdelikte .....	16	38	34	35	53	42
<b>Straßenverkehrsunfälle <sup>25)</sup></b>						
Unfälle insgesamt .....	357	263	325	393	370	359
darunter mit Personenschäden .....	44	32	67	80	93	72
Personenschäden insgesamt .....	54	43	83	94	106	85
davon getötet .....	-	-	-	-	-	1
schwer verletzt .....	4	7	7	5	14	10
leicht verletzt .....	50	36	76	89	92	74

	April		Mai		Juni	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
<b>Feuerwehr</b>						
Alarmierungen insgesamt .....	163	199	157	164	171	175
davon Brände .....	16	16	20	20	22	19
böswillige und Fehlalarmierungen .....	46	40	45	48	58	52
sonstige Hilfeleistungen .....	101	143	92	96	91	104
<b>X. Kommunalfinanzen <sup>26)</sup></b>						
<b>Verwaltungshaushalt (in 1000 €)</b>						
Einnahmen insgesamt .....	21.732	38.822	47.178	42.663	24.023	18.156
darunter Steuern .....	10.123	11.757	28.644	27.895	4.296	3.001
davon Grundsteuer A und B .....	143	45	4.645	4.578	2.850	2.603
Gewerbesteuer .....	1.625	3.707	21.585	19.378	1.438	391
Gemeindeanteil an Gemeinschaftssteuern .....	8.314	7.844	2.399	3.925	-	-
übrige Steuern .....	40	161	16	14	8	7
allgemeine Finanzzuweisungen .....	731	718	2.610	2.828	6.889	4.232
Einnahmen aus Verwaltung und Betrieb .....	8.333	22.447	14.824	11.520	12.332	10.698
Ausgaben insgesamt .....	20.321	37.768	22.270	27.270	24.239	19.018
darunter Personalausgaben .....	10.062	10.100	5.242	9.720	9.280	4.972
Zuweisungen und Zuschüsse .....	3.278	3.707	2.561	2.661	3.454	3.318
Gewerbesteuerumlage .....	-	-	3.987	5.973	-	-
<b>Vermögenshaushalt (in 1000 €)</b>						
Einnahmen insgesamt .....	1.677	1.333	2.497	8.965	696	3.091
darunter Veräußerung von Anlagevermögen .....	450	7	1.595	6.602	45	4
Beiträge und ähnliche Entgelte .....	790	186	399	324	178	232
Ausgaben insgesamt .....	2.834	7.060	6.194	13.478	13.339	6.485
darunter Vermögenserwerb .....	916	3.097	2.972	6.600	1.522	2.045
Baumaßnahmen .....	1.247	2.139	1.982	3.308	1.659	3.808
<b>Schuldenstand <sup>27)</sup> (in 1000 €)</b>						
Stand zum Anfang des Zeitraums .....	.	.	.	.	276.869	278.242
Neuaufnahme von Krediten .....	.	.	.	.	-	50
Tilgung von Krediten .....	.	.	.	.	10.187	4.013
Stand zum Ende des Zeitraums .....	.	.	.	.	266.682	274.279
Pro-Kopf-Verschuldung (€ je Einwohner <sup>28)</sup> .....	.	.	.	.	2.065	2.115

<sup>1)</sup> Personen, die in Regensburg mit Haupt- oder Nebenwohnsitz gemeldet sind.  
Quelle: Melderegister

<sup>2)</sup> Bevölkerung am Ort der Hauptwohnung. Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

<sup>3)</sup> Genehmigte bzw. einem Genehmigungsverfahren unterliegende Baumaßnahmen, bei denen Wohnraum oder sonstiger Nutzraum geschaffen oder verändert wird

<sup>4)</sup> einschl. Küchen über 6 m<sup>2</sup>

<sup>5)</sup> DIN 283

<sup>6)</sup> DIN 277

<sup>7)</sup> Reinzugang (neuer Zustand - alter Zustand)

<sup>8)</sup> Fortschreibung nach GWZ 1987

<sup>9)</sup> Bezirk der Hauptagentur für Arbeit Regensburg (Stadt und Landkreis Regensburg)

<sup>10)</sup> bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen

<sup>11)</sup> Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten

<sup>12)</sup> die Versorgungsgebiete sind verschieden groß, für jeden Bereich aber größer als das Stadtgebiet

<sup>13)</sup> das Verkehrsbedienungsgebiet erstreckt sich auf den Nahverkehrsraum Regensburg und ist größer als das Stadtgebiet

<sup>14)</sup> ohne Streitkräfte; ohne Kfz-Anhänger

<sup>15)</sup> Landeshafen Regensburg: Donaulände, West- und Osthafen

<sup>16)</sup> in Beherbergungsbetrieben mit mehr als 8 Gästebetten einschl. Jugendherberge

<sup>17)</sup> (Übernachtungen x 100) : (Betten x Tage des Berichtszeitraums)

<sup>18)</sup> in Gaststätten, Lebensmittelgeschäften und Nahrungsmittelbetrieben

<sup>19)</sup> Kontrollen aufgrund von Beschwerden

<sup>20)</sup> Messstelle Schwanenplatz, Grenzwerte sind zeitlich gestaffelt gem.

<sup>21)</sup> 22. BImSchV; alle Angaben in mg/m<sup>3</sup>

<sup>22)</sup> ohne Zahlungen des Sozialamts

<sup>23)</sup> Bücher, CD's, Schallplatten, Toncassetten, Videos, Noten, Karten, Spi

<sup>24)</sup> zahlende

<sup>25)</sup> das Wöhrdbad ist nur zur Freibadesaison von Mai - September geöffnet

<sup>26)</sup> ohne Bundesautobahnen

<sup>27)</sup> Ist-Ergebnisse

<sup>28)</sup> bei Verwaltung und am Kreditmarkt

am Ort der Hauptwohnung



# Abbildungen



Bevölkerung



Bau- und Wohnungswesen



Wirtschaft und Arbeitsmarkt



Kommunal финанzen

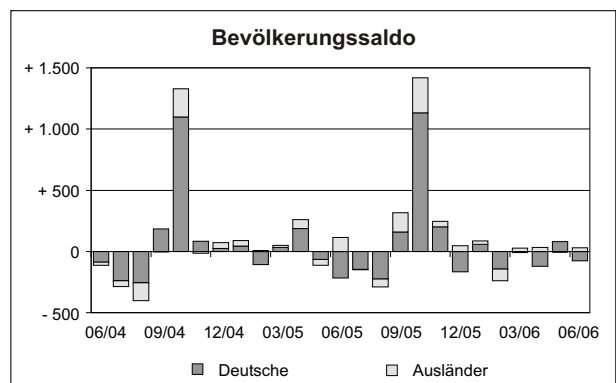
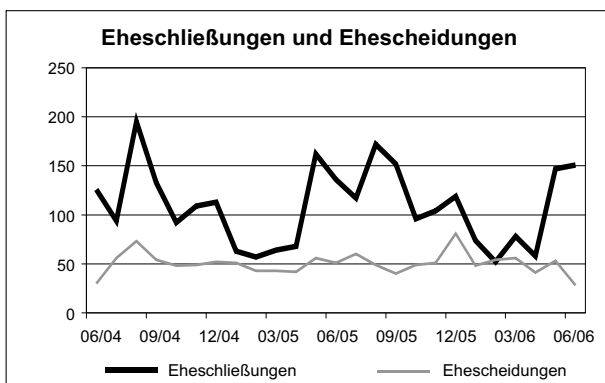
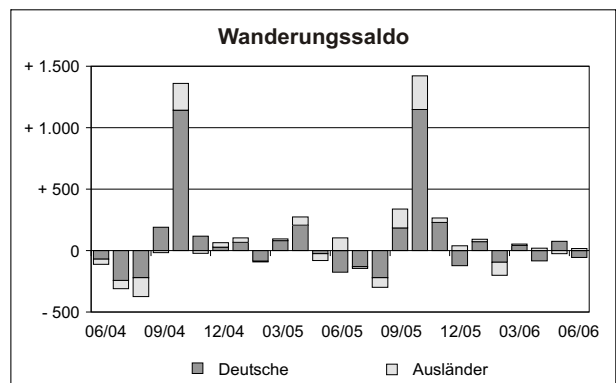
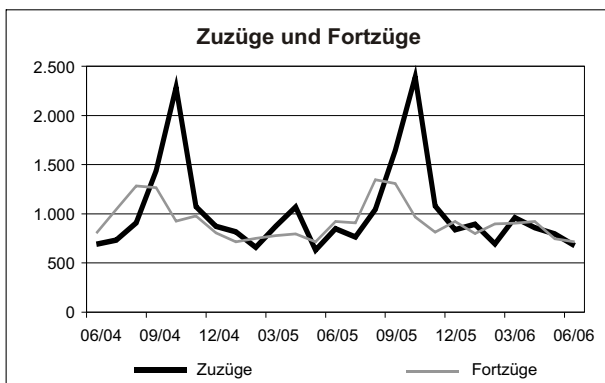
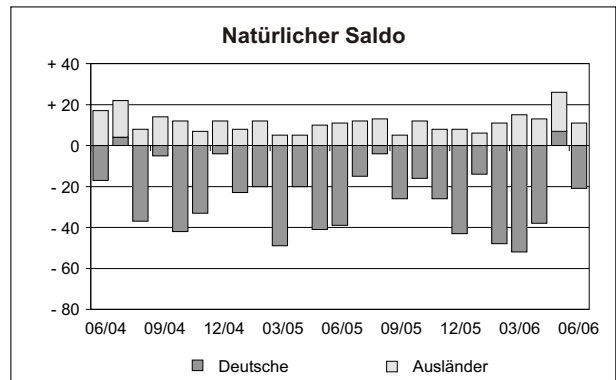
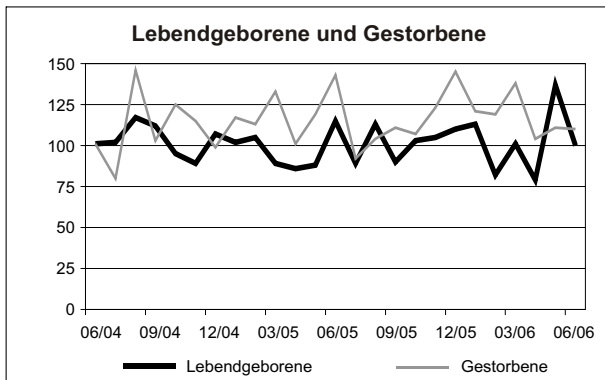
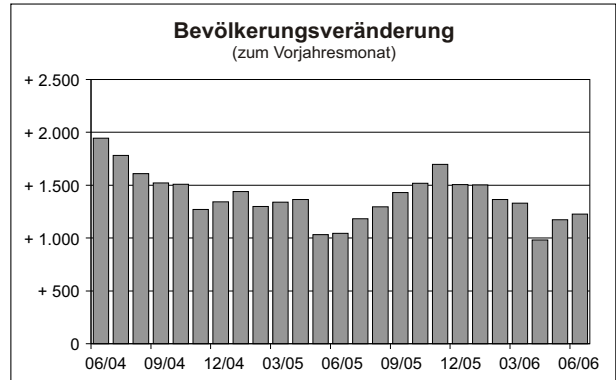
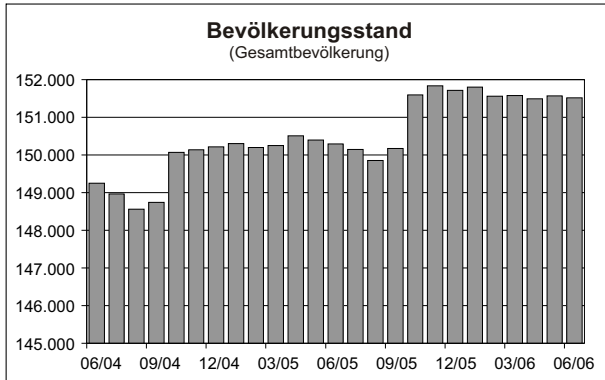


Verkehr und Fremdenverkehr

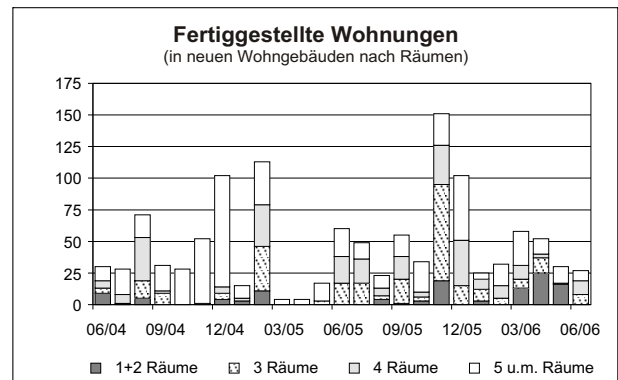
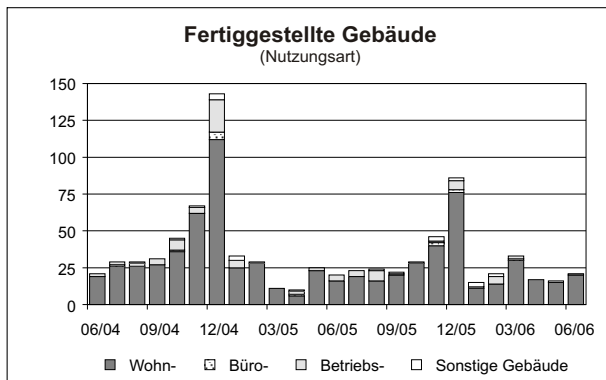
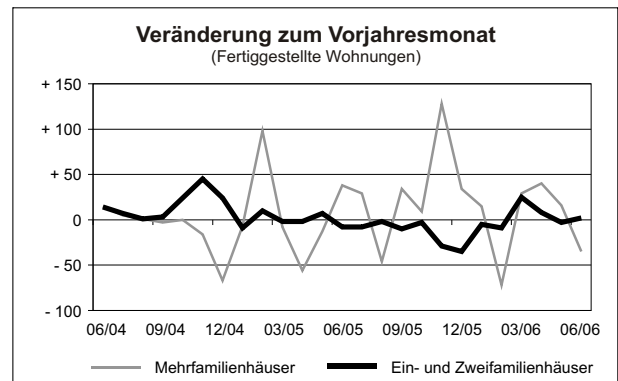
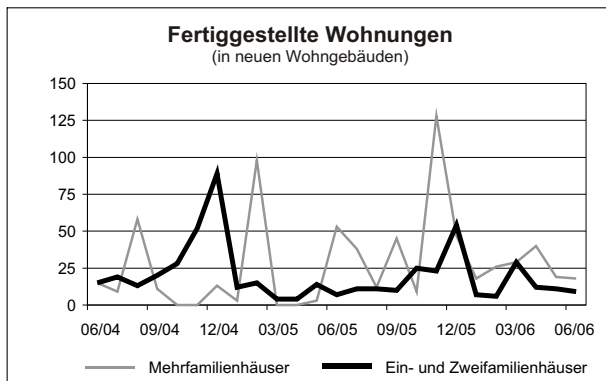
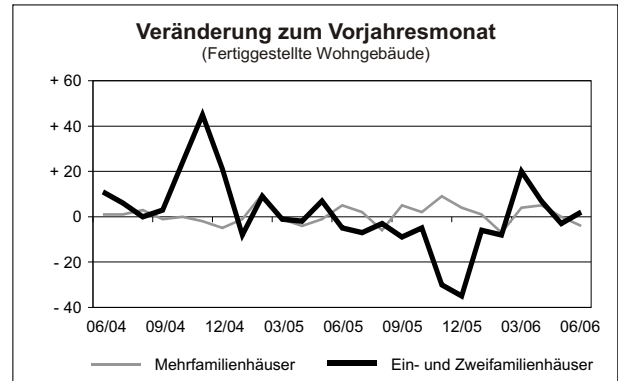
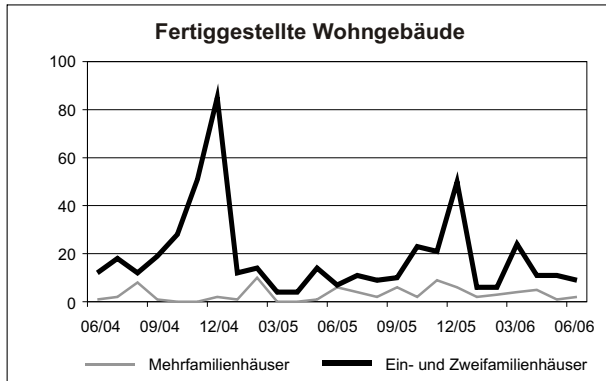
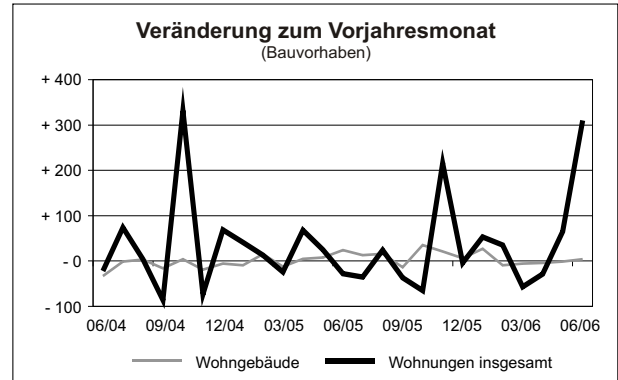
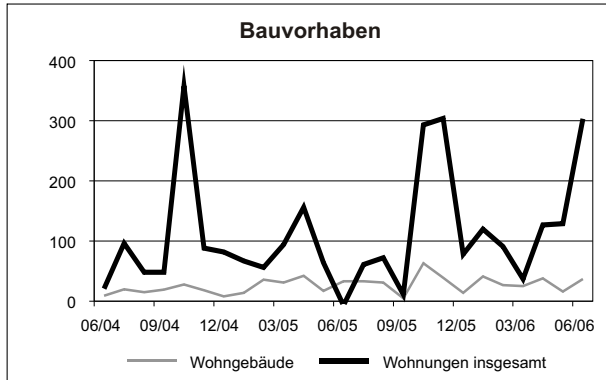




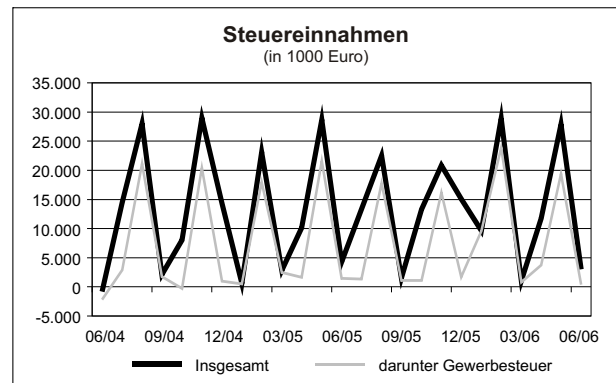
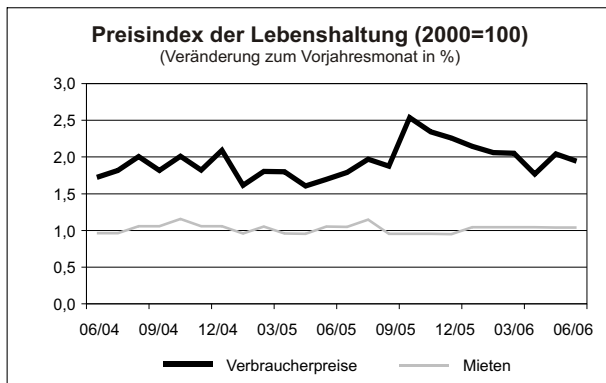
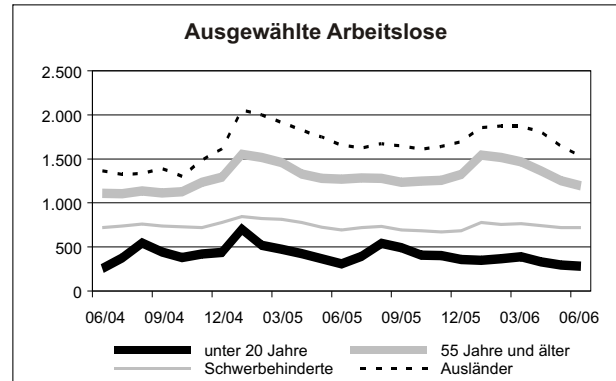
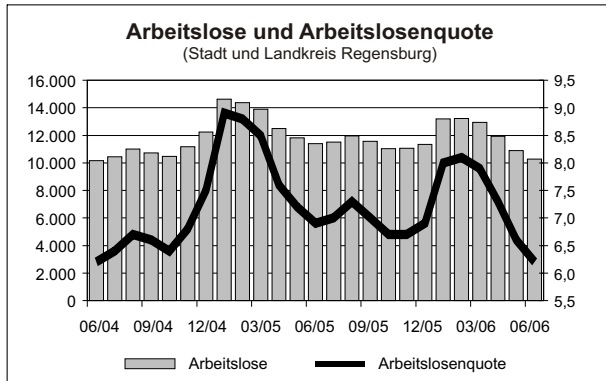
# Bevölkerung



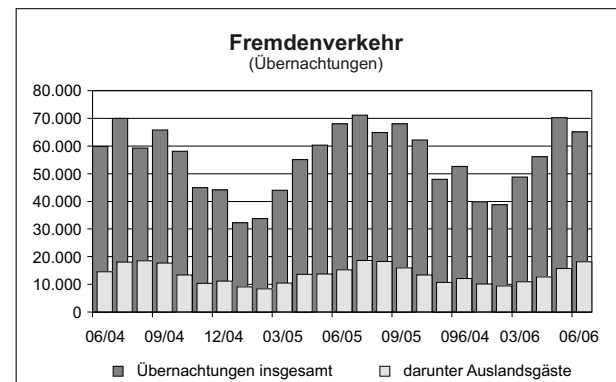
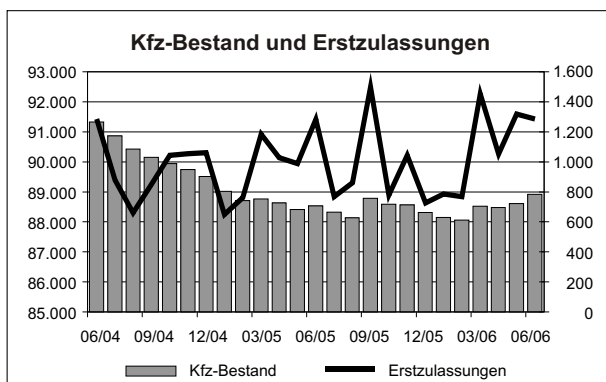
# Bau- und Wohnungswesen



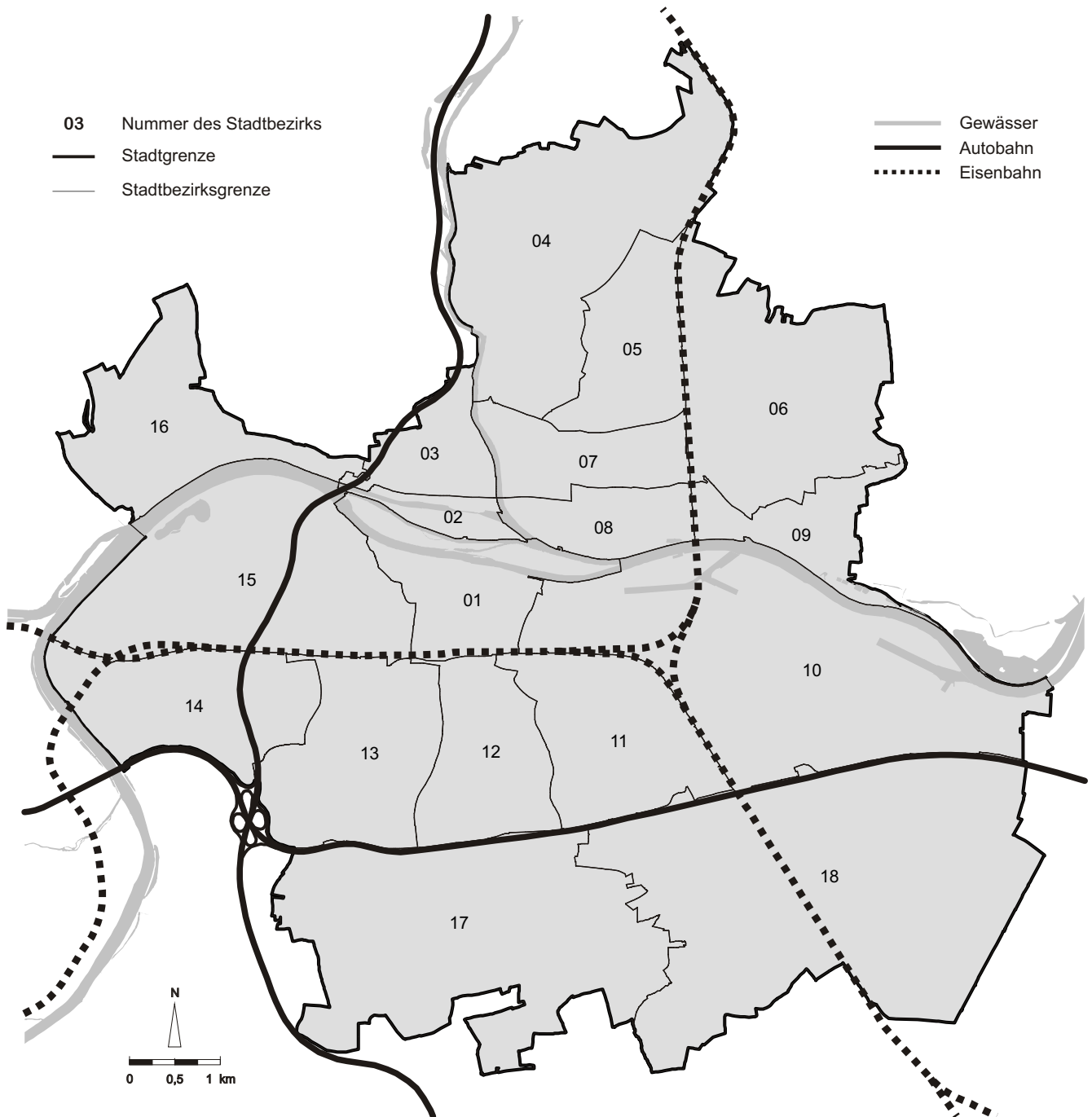
# Wirtschaft und Arbeitsmarkt Kommunal Finanzen



# Verkehr und Fremdenverkehr



# Stadtbezirke der Stadt Regensburg



03 Nummer des Stadtbezirks  
— Stadtgrenze  
— Stadtbezirksgrenze

— Gewässer  
— Autobahn  
..... Eisenbahn

## Stadtbezirke

- |                                |                    |  |
|--------------------------------|--------------------|--|
| 01 Innenstadt                  | 07 Reinhausen      | 13 Kumpfmühl - Ziegetsdorf - Neuprüll        |
| 02 Stadtamhof                  | 08 Weichs          | 14 Großprüfening - Königswiesen - Dechbetten |
| 03 Steinweg - Pfaffenstein     | 09 Schwabelweis    | 15 Westenviertel                             |
| 04 Sallern - Gallingkofen      | 10 Ostenviertel    | 16 Ober-/Niederwinzer - Kager                |
| 05 Konradsiedlung - Wutzlhofen | 11 Kasernenviertel | 17 Oberisling - Graß                         |
| 06 Brandlberg - Keilberg       | 12 Galgenberg      | 18 Burgweinting - Harting                    |

*immer im Mittelpunkt*

# ***business*PARK**

**REGENSBURG • OSTTANGENTE**



## **Raum für Zukunft**

**"Das ist eine Superlage im Gravitationsfeld von Produktion und Logistik"**

*- Dieter Daminger -*

*Wirtschafts- und Finanzreferent der Stadt Regensburg*

***business*PARK Management GmbH**

Osterhofener Str. 12

93055 Regensburg

Tel. 0941-307080

Fax: 0941-3070839

office@businesspark-regensburg.de

**www.businesspark-regensburg.de**