

Abb.: Die Stadtretter

Nicht alle Helden tragen einen Umhang: Das Netzwerk der Stadtretter arbeitet gemeinsam an einem Ziel – unsere Innenstädte neu zu beleben.

Initiative Die Stadtretter: Mit digitalen Tools Lösungsansätze finden

Handel im Wandel

DIE STADTRETTER | Gemeinsam neue Lösungsansätze für unsere Innenstädte finden. Dafür steht das Netzwerk der Initiative Die Stadtretter. Verschiedene Akteure erproben dort neue Ansätze. Von diesen neuen Sichtweisen kann auch der PBS-Fachhandel profitieren. Ein Gastbeitrag von Mit-Initiator Stefan Müller-Schleipen.



Abb.: Lars Heidrich / Die Stadtretter

Stefan Müller-Schleipen (55) ist Mit-Initiator der Initiative Die Stadtretter und Geschäftsführer der Immovativ GmbH aus Hanau.

Der Strukturwandel im Handel ist in vollem Gange. Die Initiative Die Stadtretter zeigt in ihrem Netzwerk, wie u. a. mit digitalen Tools Lösungen für die Probleme der Zeit gefunden werden können. Und von den Lösungen für Innenstädte können auch Händler profitieren.

Das vom aktuellen Wandel auch große Filialisten betroffen sind, zeigte jüngst der Fall Staples. Der Insolvenzverwalter kündigte knapp vier Monate nach dem Insolvenzantrag des Hamburger Büroartikelhändlers Office Centre das Aus für alle Staples-Büromärkte an – immerhin 50 Filialen und ein Online-Shop. Nachdem das Insolvenzverfahren eröffnet wurde, fand sich kein Investor, der bereit war, die notwendige Neuausrichtung finanziell mitzutragen. Das Unternehmen ist eines von vielen, die durch die Corona-Maßnahmen in finanzielle Schieflage geraten sind, weil die Kunden wegblieben. Letztlich sind Corona, Lockdown und Hygienevorschriften aber nur die Spitze des Eisbergs – lange verschlafene Entwicklungen sind bei den zahlreichen Insolvenzen im Handel ursächlicher.

Digital ist das neue „Normal“

Die Veränderungen unserer Lebensgewohnheiten sind neben dem Online-Handel die größte Bedrohung unserer Innenstädte. Wir stehen am Beginn eines gewaltigen Veränderungsprozesses. Allein der Blick auf das Mobiltelefon zeigt neben den Apps der großen Shopping-Portale mindestens ein Dutzend weitere Apps, für die früher ein Gang in die Innenstadt notwendig war. Wir erinnern uns: für Bankgeschäfte, Ticket- und CD-Kauf, Zeitschriften und Magazine und für Urlaubsbuchungen hat uns der Weg unweigerlich in die Innenstadt geführt. Dieser Gang wurde mit weiteren Einkäufen oder Verabredungen verbun-



Von links: Stefan Müller-Schleipen, Ariane Breuer und Boris Hedde in Wuppertal. Bei dem Format „Die Stadtretter kommen“ besuchen die drei Initiatoren der Initiative Städte und beraten sie ehrenamtlich zu Fragen über die Entwicklung ihrer Innenstadt.

Abb.: Lars Heidrich / Die Stadtretter

den und hat so innerstädtische Frequenz und Umsatz erzeugt. All dies lässt sich heute aus der heimischen Blase – vom Sofa aus – erledigen. Droht uns daher ein Jahrzehnt des Cocoonings, des Einigelns, wie einige Experten prophezeien?

Das „plötzliche“ Erscheinen einer App wie „Uber“, die das Taxigewerbe bedroht, zeigt exemplarisch, wie schnell die Digitalisierung, die gewachsenen Strukturen unseres Zusammenlebens verändert. Die Bedrohung der Innenstädte allein am Online-Handel festzumachen ist daher zu kurz gedacht. Selbstverständlich muss auch hier nach Möglichkeit adjustiert werden. Dennoch müssen wir uns die Frage stellen, welche Funktionen die Innenstadt in Zukunft erfüllen soll. Das können und werden vermutlich völlig andere Funktionen sein als heute. Wir müssen schneller, mutiger und flexibler auf Herausforderungen und die Veränderungen durch die digitale Innovationsrevolution reagieren.

Die Krise ist allerdings auch eine große Chance unsere Innenstädte zum Positiven zu verändern. Selten war die Aufmerksamkeit größer, die das Thema Innenstadt erzeugt. Innenstädte werden zu Begegnungsstätten und Erlebnisorte weiterentwickelt. Diese Chance gilt es zu nutzen.

Der stationäre Einzelhandel bietet so viel mehr als die Verfügbarkeit von Ware. Die Schnelligkeit der digitalen Welt zwingt aber auch hier den stationären Handel, ständig über neue Funktionen nachzudenken. Was ist seine Rolle, und wo kann er einen Mehrwert schaffen? Diese Fragen sind eng mit der Zukunft der Innenstädte verbunden. Und genau hier setzen Die Stadtretter an. Gegründet im Sommer 2020 engagieren sich mittlerweile mehr als 1.100 Kommunen, Unternehmen, Verbände und Institute in dem bundesweiten Netzwerk. Die Schwarmintelligenz wird genutzt, um Lösungen zu entwickeln, die Stadt und Handel fit für die Zukunft machen. Es geht darum, Neues zu wagen, zu experimentieren, anstatt den geordneten Rückzug anzutreten.

Zukunftswerkstatt Fulda

Wie das Stadtretter-Netzwerk Impulse setzt, das zeigt sich etwa in Fulda. In der hessischen Stadt werden mit dem Tool der digitalen Bürgerpartizipation Ideen erarbeitet, die die Aufenthaltsqualität und die Attraktivität der Innenstadt maßgeblich und nachhaltig steigern sollen. Das Projekt heißt „Zukunftswerkstatt Fulda“. Durch ganzheitliche Bürgerpartizipation als Prämisse für Veränderung hat die Zukunftswerkstatt die Ideen der Bürger gesammelt. Von einigen beispielhaften Ideen wie einem Erlebniswochenmarkt, einer offenen Kleinkunstbühne oder Shopping mit Termin (auch nach Corona) kann nicht nur eine Innenstadt profitieren, sondern auch der Einzelhandel. Die Beispiele zeigen, dass es sowohl für die Innenstädte als auch für den Handel entscheidend ist, die Aufenthaltsqualität zu steigern und den Kunden Erlebnisse zu bieten, die sie in der virtuellen Welt nicht finden.

Stadtlabore erproben Blaupause

Die „Zukunftswerkstatt Fulda“ ist gerade vor diesem Hintergrund eines von jenen Pilotprojekten, die es aktuell braucht. Nur in solchen konkreten Real-Laboren kann erprobt werden, welche Ansätze funktionieren.

Ein anderes solches Projekt sind die „Stadtlabore für Deutschland“: Das IFH Köln und 14 Modellstädte aus ganz Deutschland entwickeln und erproben hier seit knapp einem Jahr eine digitale Blaupause für vorausschauendes Leerstands- und Ansiedlungsmanagement. Entstehen soll eine Art Immobilien-„Tinder“ für Städte, um sie in die Lage zu versetzen, die Entwicklung der Innenstädte strategisch zu steuern und gezielt Impulse zu setzen.

Digitale Tools für Lösungsansätze

Beide Projekte haben eine Gemeinsamkeit – sie setzen auf digitale Tools, um Lösungen für Probleme in der realen Welt zu finden. Das ist ein Weg, den einzelne Händler auch beschreiten können, um ihre Geschäftsmodelle den neuen Rahmenbedingungen anzupassen. Große Online-Player wie Amazon oder Zalando werden nicht wieder vom Markt verschwinden. Alleine schon, weil sie verstanden haben, die Bedürfnisse der Kunden in den Mittelpunkt zu rücken. Der stationäre Handel muss sich deshalb die Frage stellen, wie sich digitale Innovationen mit den bewährten Stärken eines Fachgeschäfts verbinden lassen. Click-and-Collect ist ein Beispiel von vielen, für die sinnvolle Verbindung von E-Commerce und stationärem Handel.

Deutliche Verbesserungen versprechen einheitliche Öffnungszeiten, da die Plug-and-Play-Gesellschaft sie fordert. Wenn der lokale Einzelhandel aber mit einem inhomogenen Öffnungszeitenfenster aufwartet, ist das bequeme Einkaufserlebnis schnell vorbei. Auch lokale Kooperationen im Handel können Mehrwerte liefern. Wer Ende des Sommers einen Schulranzen kauft, braucht sehr wahrscheinlich auch Schreibwaren und Turnschuhe für das neue Schulkind. Warum nicht beim Schulranzen-Kauf darauf hinweisen, dass der Händler nebenan das passende Sortiment hat.

„Handel ist Wandel“ mag eine abgedroschene Phrase sein. Aber sie birgt eine Aktualität, die für kein Handelsunternehmen zu unterschätzen ist. Nur wer es wagt, neue Wege zu gehen, der wird auch in Zukunft am Markt erfolgreich sein. ■