

**Roland Schäfer**

Bürgermeister der Stadt Bergkamen

Präsident des Deutschen Städte- und Gemeindebundes

**„Lebenswerte Innenstädte erhalten“**

Statement

auf der Abschlussveranstaltung

„Dialogplattform Einzelhandel“

im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

am 06. 06.2017

in Berlin

Mit einer guten Innenstadtgestaltung, Atmosphäre und Erlebnischarakter haben viele Städte und Gemeinden in Deutschland in den vergangenen Jahren ihre Attraktivität positiv beeinflusst. Der zunehmende Online-Handel bedroht allerdings unsere Innenstädte. Experten prognostizieren, dass im Jahr 2025 bis zu 25 Prozent des gesamten Einzelhandels über das Internet laufen wird. Dies wird nicht spurlos an unseren Innenstädten vorbeigehen. Insbesondere in den Bereichen Mode, Elektroartikel und Medien wird der stationäre Einzelhandel weiter an Bedeutung verlieren. Leere Schaufenster in unseren Innenstädten führen zu einer Abwärtsspirale, die Zentren verlieren an Attraktivität.

Dieser Entwicklung muss aktiv gegengesteuert werden, denn die Innenstadt ist das „Gesicht einer Stadt“ und die Visitenkarte gegenüber Besuchern und Touristen. Sie steht für Identität, Kultur und Lebensqualität und gewährleistet häufig Wirtschaftskraft sowie Arbeitsplätze. Städte, Eigentümer, Gastronomie und Handel müssen daher „an einem Strang ziehen“, um unsere Innenstädte langfristig attraktiv zu erhalten.

Aus Sicht der Kommunen können gestalterisch gelungenen Einkaufsstraßen und Plätzen mit hoher Aufenthaltsqualität und ansprechender Aussengastronomie sowie gute Wegebeziehungen zwischen den Einzelhandelslagen helfen, die Attraktivität zu erhöhen. Auch die Schaffung von „grünen Ruheoasen“ ist wichtig. Ganz entscheidend ist zudem die Gewährleistung von Sicherheit und Sauberkeit, damit die Menschen sich in den Zentren wohlfühlen können. Die Förderung des kulturellen Lebens sowie die gute Erreichbarkeit speziell der Innenstädte durch den ÖPNV, den Radverkehr und den motorisierten Individualverkehr sind weitere wichtige Aspekte. Das Angebot von freien HotSpots für eine kostenlose WLAN-Nutzung auf öffentlichen

Plätzen und in der Gastronomie wird deutlich ausgeweitet werden müssen, ein entsprechend schnelles Internet vorausgesetzt.

Immer häufiger stellen Städte und Gemeinden zudem interkommunal abgestimmte Einzelhandelskonzepte zur Sicherstellung der verbrauchernahen Versorgung auf. Gute Konzepte gibt es reichlich.

Der stationäre Handel muss sich seinerseits klarer auf seine Stärken besinnen. Im Geschäft auf Kundschaft zu warten, reicht heute nicht mehr aus. Der Einkauf in der Innenstadt muss zum „Erlebniseinkauf“ werden, der zum Beispiel durch Angebote zur Kinderbetreuung, durch Ruhe- und Kommunikationsräume oder durch ausgefallene Verkaufsaktionen abgerundet wird. Zudem müssen der Service und die Kundenberatung weiter verbessert werden, denn kaum etwas wirkt stärker auf die Kundenbindung, als eine kompetente Beratung und ein guter Vor-Ort-Service. Lokale Online-Marktplätze des Handels können ebenfalls helfen, dem Bedeutungsverlust der Innenstädte wirksam entgegenzutreten, denn es gilt: Der Handel funktioniert nur mit, und nicht gegen das Internet!

Hinsichtlich der Ladenöffnungszeiten sollten die Länder den Kommunen einen größeren Entscheidungsspielraum einräumen. Zwar schafft eine Verlängerung von Ladenöffnungszeiten allein noch keine Revitalisierung der Innenstädte, jedoch kann sie zusammen mit Einzelhandels- und Stadtmarketingkonzepten, die die Kommunen zusammen mit dem Handel aufstellen, ein wichtiger Mosaikstein sein. Städte und Gemeinden können die Bedürfnisse der Verbraucher und des Handels „vor Ort“ am besten einschätzen. So kann ein fairer Rahmen für den Handel gesetzt und den regionalen und lokalen Besonderheiten Rechnung getragen werden.

Stadtentwicklung ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die alle angeht! Damit die Städte auch in Zukunft „Erlebnisstädte“ bleiben, bedarf es schließlich im Bereich der Städtebauförderung einer langfristigen finanziellen Unterstützung durch Bund und Länder.