

- Innerstädtischer Handel - Perspektiven und Überlebensstrategie

Bernd Hildebrandt



eMail: b.hildebrandt@promit-consulting.de

Homepage: promit-consulting.de

Mobil: 0171 - 1729071

Existenzbedrohende Gefahren für den innerstädtischen Handel führen zum Niedergang der innerstädtischen Erlebniswelt.

Die Innenstadt verliert ihre lebendige Vielfalt.



These 1: Die Innenstädte verlieren an Zugkraft für die Umgebung!

➤ Kriterien für eine lebendige Innenstadt: (Erlebniswelt)

Innerstädtische Erlebniswelt ist geprägt von:

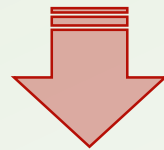
- Handel und Dienstleistung
- Gastronomie
- Unterhaltung
(Märkte, Straßenkünstler, Kino, Feste, Museen, Spielplätze, Sportangebot)
- Sehenswürdigkeiten
- Parkplatzangebot

Die Anziehungskraft einer Stadt ist abhängig von der Zusammensetzung dieser Komponenten. Der Hauptakteur ist in der Regel der Handel, er erzeugt die Besucherfrequenz der Städte. Je attraktiver (dicht und vielfältig) sich das Angebot des Handels präsentiert, desto bunter entwickelt sich die Erlebniswelt Stadt und wird zum Besuchermagnet.

Verstreutes städtisches Angebot

(Handel, Gastronomie, Unterhaltung, Parkplätze, Zentrum mit Rathaus, Marktplatz und Kirche

H H H H G H P H H H P G U H R M K H H G U H H H H H G P H H H G



Über Zentrenkonzept
(Bebauungsplan, Stadt-Angeote)

Verdichtetes städtisches Angebot

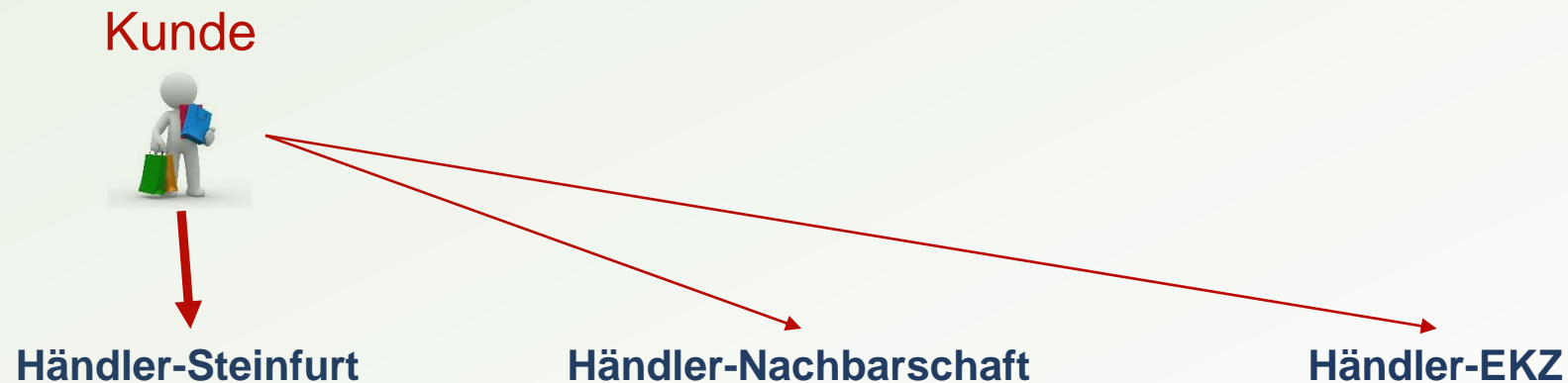
(Handel, Gastronomie, Unterhaltung, Parkplätze, Zentrum mit Rathaus, Marktplatz und Kirche

HH GHH HHH HPPP GGURMKUHGGPPPGHH HHH HH

These 2: Das Internet als Kauf- und Informationsmedium verändert das Einkaufsverhalten dramatisch und bedroht den lokalen, stationären Handel!

➤ **Wie funktionierte der Handel vor dem Internet?**

- Vor dem Internet war die räumliche Nähe des Angebots zum Käufer ausschlaggebend für den Kaufabschluss.
- Der Kunde fuhr/ging in die Stadt und kaufte im Ladenlokal des Händlers.
- Vor dem Internet waren Einkaufszentren die Haupt-Wettbewerber der Innenstädte.



These 2: Das Internet als Kauf- und Informationsmedium verändert das Einkaufsverhalten dramatisch und bedroht den lokalen, stationären Handel!

➤ **Wie hat sich der Handel mit dem Internet verändert?**

- Mit dem Internet verliert die Nähe des Angebots an Bedeutung. Der Käufer kann zu Hause kaufen, er entscheidet sich am Bildschirm, die Ware wird geliefert. Der stationäre Handel verliert Umsatz. (Bundesweit jährlich ca. 4 Mrd.€)
- Mit dem Internet sucht und findet der Käufer Lieferanten in der Umgebung und fährt gezielt zum Einkauf hin. Der Handel verliert an Zugkraft..
- Mit dem Internet entsteht ein neuer Preiswettbewerb. Die Preise werden transparenter. Die Internetverkäufer haben Kostenvorteile.
- **Wegen des Internet-Wettbewerbs verlieren immer mehr städtische Händler Umsatz und müssen ggf. ihr Geschäft schließen.**



These 3: Der Internet-Wettbewerb reduziert nicht nur den lokalen Handel der Stadt, sondern vernichtet auch die Erlebniswelt Stadt!

Die Händler können dies alleine nicht verhindern bzw. umkehren. Gefordert sind die Stadtverantwortlichen, wenn sie die Erlebniswelt Stadt retten wollen.

Sie müssen **Kooperationen** organisieren und finanzieren.

➤ **Was passiert ohne Kooperation?**

- Die meisten Händler haben keine Erfahrung mit dem Handel über das Internet.
- Der einzelne Händler hat mächtige und finanzstarke Wettbewerber, z.B. Amazon und ebay.
- Internet-Handel benötigt Investitionen in IT und Logistik, die die meisten kleinen Händler alleine nicht stemmen können.
- In der Zukunft werden vermehrt Händler aufgeben. Die Erlebniswelt Stadt verliert ihre Attraktivität oder wird sogar zerstört.
- **Die Stadt verliert nicht nur eine lebendige Innenstadt sondern auch Gewerbeeinnahmen!**

These 3: Der Internet-Wettbewerb reduziert nicht nur den lokalen Handel der Stadt, sondern vernichtet auch die Erlebniswelt Stadt!

Die Händler können dies alleine nicht verhindern bzw. umkehren. Gefordert sind die Stadtverantwortlichen, wenn sie die Erlebniswelt Stadt retten wollen.

Sie müssen **Kooperationen** organisieren und finanzieren.

➤ **Wie funktioniert Kooperation?**

- Die Stadt muss die Führung für das Projekt Stadtzukunft übernehmen.
- Die Stadt muss mit Gewerbevereinigungen oder ähnlichen Organisationen zusammenarbeiten.
- Stadt und Gewerbevereinigungen müssen den Anschlag des Projektes finanzieren und die Händler, Dienstleister, Gastronomie und andere Akteure für die Mitarbeit gewinnen.

These 3: Der Internet-Wettbewerb reduziert nicht nur den lokalen Handel der Stadt, sondern vernichtet auch die Erlebniswelt Stadt. !

Die Händler können dies alleine nicht verhindern bzw. umkehren. Gefordert sind die Stadtverantwortlichen, wenn sie die Erlebniswelt Stadt retten wollen.

Sie müssen **Kooperationen** organisieren und finanzieren.

➤ **Worin besteht die Kooperation?**

- Die Stadtverwaltung, Händler, Dienstleister, Gastronomie und weitere Akteure müssen sich zu einem ganzheitlichen Angebot zusammenfinden – sich als Einheit verstehen.
- Über das Internet müssen die Bewohner der Stadt und der weiteren Umgebung das Angebot der Stadt finden → City-Online-Steinfurt entwickeln.
- Gemeinschaftlich kann das Angebot im Internet preiswerter entwickelt werden. Dazu müssen gemeinsame Standards für *Internet-Auftritte* entwickelt werden.
- Gemeinschaftlich kann das Marketing im Internet preiswerter entwickelt werden. Dazu müssen möglichst alle Akteure der Stadt eingebunden werden.
- Eine Stadt-App für Handys ergänzt das gemeinsame Internet-Angebot und macht die Stadt für Besucher attraktiver.

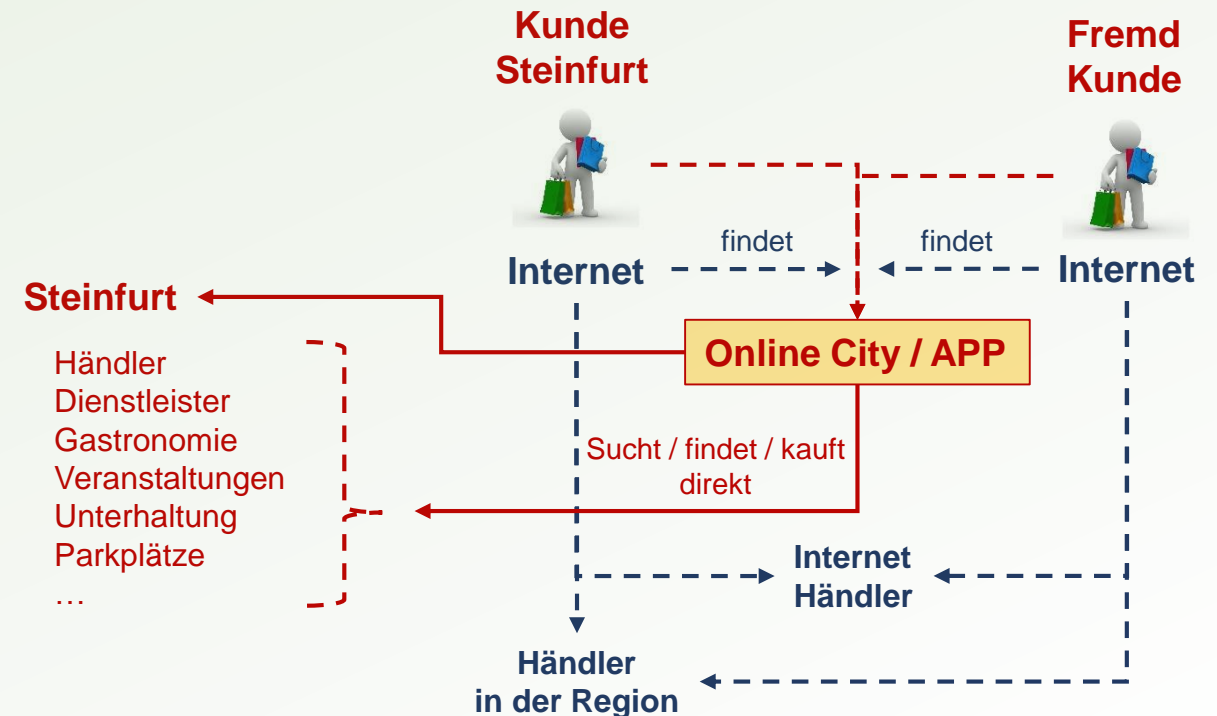
These 3: Der Internet-Wettbewerb reduziert nicht nur den lokalen Handel der Stadt, sondern vernichtet auch die Erlebniswelt Stadt!

Die Händler können dies alleine nicht verhindern bzw. umkehren. Gefordert sind die Stadtverantwortlichen, wenn sie die Erlebniswelt Stadt retten wollen.

Sie müssen **Kooperationen** organisieren und finanzieren.

➤ Was ist das Ziel der Kooperation?

- Überlebenschance für Händler im Wettbewerb mit dem Internet erhöhen.
- Perspektiven für Gastronomie und Dienstleister verbessern.
- **Der Erlebniswelt Stadt eine Zukunft geben.**





- ✓ **Abstimmung und Vereinbarung Kooperationen zur Umsetzung City-Online Steinfurt mit den Stadtverantwortlichen.**

- ✓ **Parallele Vorstellung Formen der Präsenz und somit Kundengewinn im Internet -**
 - **Online-Shops und / oder**
 - **Angebote von Dienstleistungen**
(... geführte Informationen)

- für interessierte Händler und Dienstleister in Steinfurt**