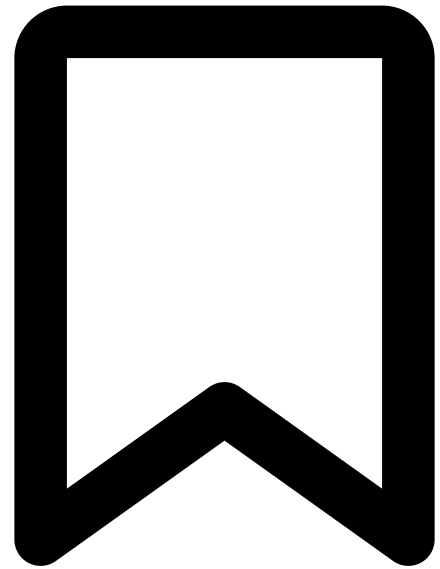




Corona und die Innenstadt: Wie kommt man durch die Krise?

Martin Himmelheber (him)



Schon vor Corona hatte der Einzelhandel in den Innenstädten zu kämpfen, um sich gegen Amazon, Zalando und Co. zu behaupten. Die Corona-Pandemie hat die Lage massiv verschärft. Doch so langsam scheint sich die Krise abzuschwächen. Es gibt wieder eine Perspektive für die Geschäfte, die Gastronomie und Dienstleister. Wie aber können die Innenstadtakteure die Menschen wieder zurück in die Städte und zurück in ihre Läden, Kneipen und Cafés locken?

Um sich darauf vorzubereiten, hatte die Stadt Schramberg gemeinsam mit anderen Akteuren am Donnerstagvormittag zu einem Webinar eingeladen. Referentin war Ute Marks, die sich intensiv mit Stadt und Handel beruflich beschäftigt. Ihr ging es um den richtigen Auftritt nach außen: Sichtbarkeit, Eingangsbereich, Schaufenster und Soziale Medien.

„Menschen wollen Raum für Lebensqualität“, so ihre These. Die Bedeutung von Orten und damit auch der Anspruch, den Besucher und Kunden an die Städte und den öffentlichen Raum hätten, wachse. Deshalb sollten die Akteure sich und ihre Angebote „offline wie online ins beste Licht rücken“.

Das große Plus, das die Innenstädte und die dort angesiedelten Geschäfte haben, seien die persönlichen Begegnungen. „Die fehlen den Menschen – und wir haben sie in den Innenstädten“, so Marks. Sie ist deshalb überzeugt, dass die Menschen zurückkommen werden, wenn die Corona-Maßnahmen gelockert oder gar ganz aufgehoben werden. Die Kommunen hätten dabei eine wichtige Aufgabe. Sie müssten den

Besuch der Innenstädte zum Erlebnis machen.

Dabei seien die (Kommunal-)politiker gefordert. Sie müssten ihren Stadtverwaltungen entsprechende Vorgaben erteilen. Von Seiten der Geschäftsleute sei es wichtig, dass diese ein attraktives Angebot machten. Die Städte müssten für Sicherheit und Sauberkeit sorgen. Marks: „Wo leere Dosen rumliegen, da will keiner hin.“

Stadtverwaltungen in der Pflicht

Manuela Klausmann, die Geschäftsführerin des Handels- und Gewerbevereins Schramberg hat das Webinar besucht und war beeindruckt. Sie habe einige Erkenntnisse gewonnen, die sie mit den Mitgliedern teilen möchte erklärt sie der NRWZ. So habe sie gelernt, dass Kunden immer als „Gast“ betrachtet werden sollten, der wie ein Tourist die Stadt besucht. Die Innenstadt müsse einladend gestaltet sein. Dazu gehörte eine „Wohlfühlatmosphäre“ statt „gestylter Steinflächen“. Die sei Aufgabe der Stadtplanung.

„Auswüchse“ bei Außenwerbung mit Aufstellern und Beach Flags sollte man vermeiden, rate Marks. „Gerade bei historischen Gebäuden und Innenstädten ist weniger oft mehr.“ Wenn es Leerstände gebe, sollte man diese kreativ nutzen und beispielsweise für Kunstinstallationen oder Fotos mit einem Suchspiel zur Verfügung stellen.

Die Schaufenstergestaltung und die Bedeutung der Schaufenster überhaupt würden häufig unterschätzt, so Marks. Die Einzelhändler sollten sie stärker nutzen, um auch zum Kauf direkt einzuladen. Ein Tipp der Fachfrau: Man könnte an den Artikeln QR-Codes anbringen, damit Kunden sie gleich per Whatsapp beispielsweise bestellen können.

Klausmann empfiehlt ihren HGV-Mitgliedern, aber auch den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Stadtverwaltung und den Kommunalpolitikerinnen und Politikern das nächste Webinar.

Info: Am Dienstag, 11. Mai von 11.30 bis 12.45 Uhr beschäftigt sich Marks mit der Frage: „Was kommt nach Corona? – Die besten Ideen für einen gelungenen Kickoff.“

Link zur Registrierung: https://zoom.us/webinar/register/WN_SkkTuitBRhiBwM7dyWBg0Q