

# Die Zukunft heißt Einkaufserlebnis

Bei der Anstöße-Reihe wird über die Herausforderungen diskutiert, denen sich die innerstädtischen Geschäfte in den kommenden Jahren stellen müssen.



Donaueschingen – Zahlreiche Leerstände von innerstädtischen Gewerbeflächen im Städtedreieck werfen die Frage auf, wie es um den Einzelhandel in der Region bestellt ist. Welche Gefahren drohen den verbliebenen Fachgeschäften durch den zunehmenden Online-Handels einerseits und die Discounter auf der grünen Wiese andererseits, und wie kann sich der Handel gegen diese doppelte Bedrohung zur Wehr setzen? Diese Fragen wurden im Rahmen der Anstöße-Reihe bei einer Podiumsdiskussion im Mariensaal in Donaueschingen unter dem Motto: „Amazon oder Tante Emma? – Über die Veränderung des Handels“ aus unterschiedlicher Perspektive diskutiert. Moderiert wurde die Veranstaltung von Gerhard Bronner.

Karin Stocker-Werb als Besitzerin eines Spiel- und Haushaltswarengeschäfts in Donaueschingen äußerte sich als unmittelbar Betroffene und berichtete von den Veränderungen, auf die ihr Unternehmen sich in letzter Zeit einzustellen hatte. So habe man selbstverständlich einen Internet-Auftritt einrichten müssen und sei auch in den sozialen Netzwerken präsent. Auch sei die Bedeutung der Vor-Ort-Beratung gestiegen, da der Kunde oft schon durch das Internet gut informiert sei und gezielt Informationen erwarte.

Anton Knapp, bis vor kurzem Bürgermeister von Hüfingen, unterstrich die dramatischen Veränderungen, die sich durch die zunehmende Digitalisierung für die innerstädtischen Geschäfte ergäben. Diesen Prozess müsse der stationäre Handel aktiv begleiten und gestalten, wenn er eine Überlebenschance haben möchte. Die Aufgaben seien eine Herausforderung für die örtlichen Gewerbevereine, die durch die Kommunen unterstützt werden müssten, etwa durch die Bereitstellung geeigneter Verkaufsflächen und eine attraktive Gestaltung der Innenstadtbereiche.

Utz Geiselhart vom Handelsverband Südbaden gab sich eher optimistisch und verwies auf den Umstand, dass die Zuwächse im Internethandel stagnierten und dass sein Umsatzanteil im Nonfood-Bereich lediglich bei rund 18 Prozent liege, im Lebensmittelsektor sogar nur bei 0,4 Prozent. Beratung und Service sieht Geiselhart als die große Chance des Handels vor Ort. Die Kommunen seien bezüglich der Erreichbarkeit der Geschäfte und der Parkmöglichkeiten gefordert.

Als Vertreter des Internethandels meldete sich Stephan Peltzer zu Wort, Mitbegründer der Internet-Handelsplattform Yatego. Diese sehe sich jedoch nicht als Konkurrenz zum Einzelhandel, sondern biete mittlerweile 7000 Fach- und Einzelhändlern eine gemeinsame Internetplattform für Online-Verkäufe. Damit unterstütze Yatego die Einzelhändler bei der Umstellung auf die neuen Vertriebsformen, die auch Peltzer für unerlässlich hält.

Die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg war durch Barbara Sand vertreten, die für den Handel zuständig ist und Erfahrungen als Verkaufsleiterin hat. Sie wies darauf hin, dass die erhöhte Kaufkraft nicht in den Einzelhandel fließe. Daraus ergebe sich die Notwendigkeit, den Einkauf zu emotionalisieren, also zu einem Erlebnis zu machen. Dazu sei notwendig, dass der örtliche Handel gemeinsam agiere. Die Innenstädte seien gut beraten, ihre jeweiligen Alleinstellungsmerkmale deutlich zu machen und somit die Kunden anzuziehen; Standorte müssten „zelebriert werden“, so Barbara Sand.

Am Ende waren sich alle Diskussionsteilnehmer einig, dass der Fach- und Einzelhandel vor großen Herausforderungen stehe, die aber mit Flexibilität und in Kooperation mit den Kommunen bewältigt werden können.