

Die Zukunft der Innenstadt

Welche Entwicklungen Corona
für Ihren Standort bedeuten?

Auszug aus der Präsentation vom 24.06.2020

ppa. Matthias Prüller



Ein Rückblick in das Jahr 2019

Villingen-Schwenningen | 24. Juli 2019
Pressegespräch der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg | Zukunft der Innenstädte



1.

Herausforderungen

Haben wir es tatsächlich nur mit neuen Herausforderungen zu tun?

**Innenstadt verliert
Funktionen**

Nachfolge-
problematik

Normale Quote mittlerweile bei 11-12%

Fachmärkte in
nicht zentralen Orten

Komplexität

Mehr Aufgaben bei
konstanten Ressourcen

Bestehende „Grüne Wiesen“

HGVs geht die Puste aus

**1.
Aktuelle Auswirkungen
für Innenstädte**

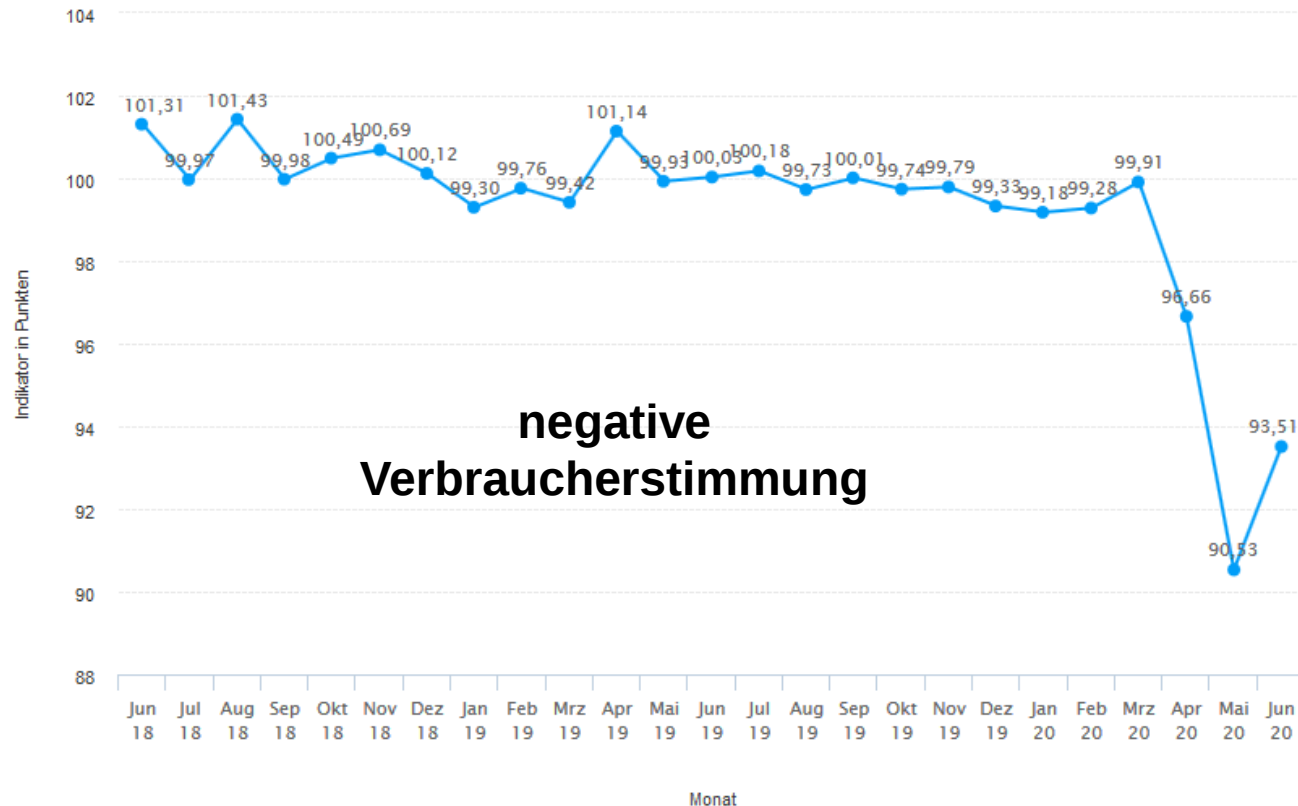
**2.
Aktuelle Entwicklungen
durch Corona – oder nur
dadurch ausgelöst?**

**3.
Welche Maßnahmen sind
jetzt notwendig?**

**4.
Was heißt das für
Standortgemeinschaften?**

1. Aktuelle Auswirkungen für Innenstädte

HDE-Konsumbarometer für Deutschland im Zeitraum von Juni 2018 bis Juni 2020



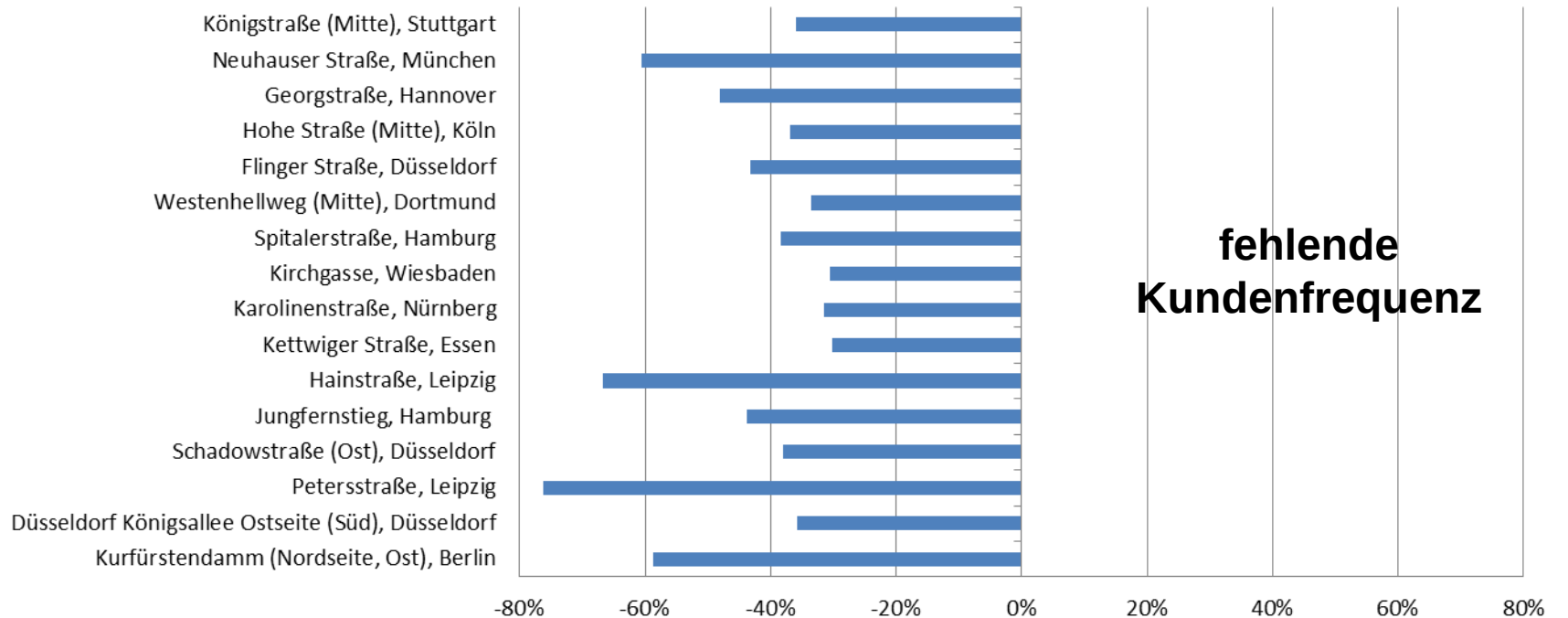
Anzahl der Befragten: 2.000 Verbraucher; Januar 2017 dient als Basiswert für den HDE-Konsumbarometer-Index.

Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE)

© Handelsdaten 2020

1. Aktuelle Auswirkungen für Innenstädte

Vergleich der Kundenfrequenzen des 2. Juni-Wochenendes 2019 und 2020



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2020, Datenbasis: EHI, handelsdaten.de, 2020.

1. Aktuelle Auswirkungen für Innenstädte

DIE BITTEREN FOLGEN DES CORONASCHOCKS

In diesen vier Branchen wird es eng

von Henryk Hllescher
20. März 2020

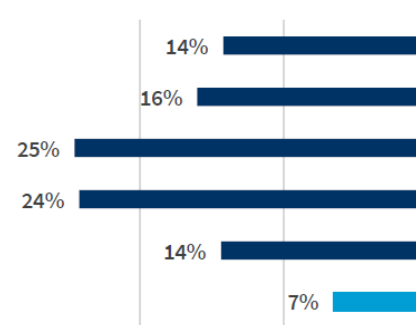


Vier Branchen sind von der Coronakrise besonders stark betroffen - darunter die Gastronomie. Bild: dpa

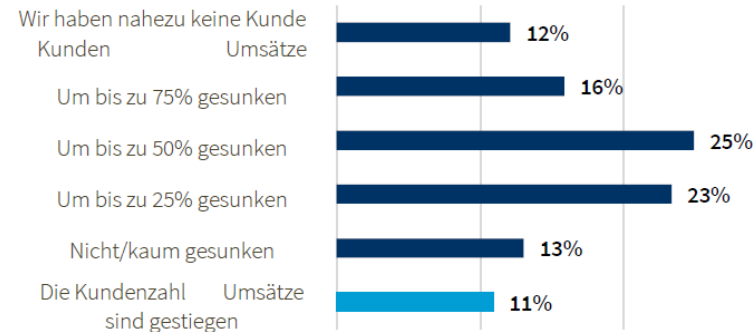
Die Coronakrise drückt die deutsche Wirtschaft in die Rezession. Insolvenzexperten und Sanierungsspezialisten haben für die WirtschaftsWoche analysiert, in welchen Wirtschaftszweigen das Virus jetzt am stärksten wütet.

massive Umsatzeinbrüche

Tägliche Kundenzahl im Einzelhandel

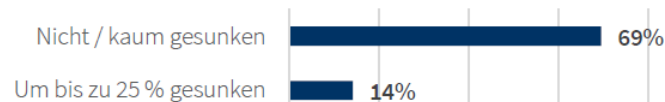


Täglicher Umsatz im Einzelhandel



3. DIHK-Blitzumfrage Mai 2020: Auswirkungen von COVID-19 auf die deutsche Wirtschaft

Durchschnittliche Kosten des Geschäfts



konstante Kosten

1. Aktuelle Auswirkungen für Innenstädte

Das zentrale Thema ist...

mangelnde Kundenfrequenz



1. Aktuelle Auswirkungen für Innenstädte

und jetzt...?



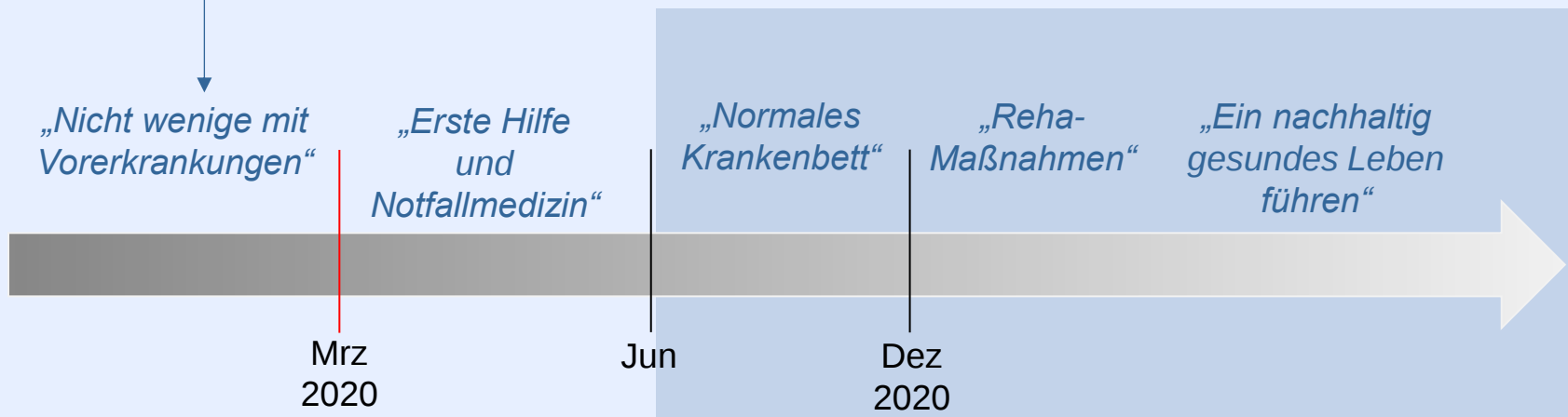
Quelle: <https://www.tierwelt.ch/news/unterhaltung/mythen-ueber-tiere-was-stimmt-wirklich>: Andrey Kuzmin / shutterstock.com, 2020.

2. Aktuelle Entwicklungen durch Corona – oder nur dadurch ausgelöst?



eine erste Einordnung

Quelle: imakomm, 2019.



2. Aktuelle Entwicklungen durch Corona – oder nur dadurch ausgelöst?



Folgen von Corona

"Innenstädte vor gewaltigem Umbruch"

Stand: 11.06.2020 15:28 Uhr



Weniger Umsatz, leere Büros: Corona könnte die Innenstädte grundlegend verändern. Es könnte ihr Niedergang sein, sagt der Stadtforscher Thomas Krüger im *tagesschau.de*-Interview - aber auch eine Chance.

Quellen: <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/innenstaedte-corona-101.html/>, 2020.

18.06.2020 - Kaum noch Lustshoppen

Schlechte Prognosen für den Einzelhandel: Viele Einzelhändler befürchten, dass sie nicht überstehen werden. Die grüne Wirtschaft ist optimistischer. Darüber berichtet bezieht sich damit unter anderem auf die Expertenmeinung unseres Geschäftsführers Hudetz.

Lesen Sie den ganzen Artikel jetzt [HIER](#).

31.05.2020 - "Der stationäre Modehandel hat besonders gelitten"

Die Läden sind wieder offen, doch von ihren früheren Umsätzen sind viele Einzelhändler entfernt. Die Gründe erläutert unser Geschäftsführer Dr. Kai Hudetz in einem Interview der Badischen Zeitung.

Lesen Sie das komplette Interview [HIER](#).

24.05.2020 - Düstere Aussichten für Geschäfte in Innenstädten

Erst wochenlange Schließungen, jetzt ausbleibende Kundschaft – die Corona-Krise trifft den Einzelhandel schwer getroffen. Die Probleme des stationären Handels begannen allerdings vor der Pandemie und liegen tiefer. Darüber berichtet der MDR und bezieht sich damit auf ein im März veröffentlichte Handelsszenario 2030.

Den ganzen Artikel finden Sie [HIER](#).

18.05.2020 - "Von echter Entspannung sind wir noch weit entfernt"

Von Schockstarre und Hamsterkäufen über Erleichterung bis hin zu langfristiger Verunsicherung: Konsumenten in Deutschland haben seit Beginn der Corona-Krise bereits verschiedene Stadien durchlaufen. Über diese Phasen, die kurz- und langfristigen Auswirkungen auf den Handel und den eigenen beruflichen Umgang mit den neuen Herausforderungen hat MEDIA Central mit unserem Geschäftsführer Dr. Kai Hudetz gesprochen.

[HIER](#) gelangen Sie zum Artikel.

Quellen: <https://www.ifhkoeln.de/blog/details/infoblog-covid-19-und-die-auswirkungen-fuer-den-handel/>, 2020.

2. Aktuelle Entwicklungen durch Corona – oder nur dadurch ausgelöst?

aber auch...

Der Gute-Nachrichten-Ticker - alle Folgen

Wir alle wollen München auch in Krisenzeiten menschlich und lebenswert gestalten. Ein paar großartige Beispiele für Aktionen und gute Nachrichten haben wir in unserer muenchen.de-Serie "Der Gute-Nachrichten-Ticker" für Euch gesammelt.

- Folge 1: Unter anderem mit Joshua Kimmich und Genussgutscheinen
- Folge 2: Unter anderem mit dem FC Bayern und dem Tierpark online
- Folge 3: Unter anderem mit der BayWa und einem Kinderblog
- Folge 4: Unter anderem mit Konstantin Wecker und Lachtraining
- Folge 5: Unter anderem mit der Feuerwehr und Gerhard Polt
- Folge 6: Unter anderem mit der Bavaria Filmstadt und dem Foodtruck der Caritas
- Folge 7: Unter anderem mit Live-Clubbing und #muenchenhältzamm
- Folge 8: Unter anderem mit Bastelideen für Kids und dem Marktplatz kauflokal
- Folge 9: Mit den schönsten Nachrichten der vergangenen Ticker
- Folge 10: Unter anderem mit guter Laune und kostenlosen Getränken für Helfer
- Folge 11: Unter anderem mit einem leuchtenden Zeichen und großzügigen Spenden
- Folge 12: Unter anderem mit einer besonderen Sammlung und tollen Angeboten für Kinder
- Folge 13: Unter anderem mit einer neuen Aktion für die Kleinen und einer strahlenden BMW Welt

Kostenlos von daheim in die Oper: Montagskonzert live aus dem Nationaltheater



(23.3.2020) Macht Euer Sofa zum Opersessel: Nach dem großen Erfolg des Akademiekonzerts in der Vorwoche mit knapp 50.000 Usern im Live-Stream lässt die Staatsoper eine ganze Serie von Montagskonzerten folgen. Bereits heute ab 20:15 Uhr überträgt die Staatsoper

Quellen: <https://www.muenchen.de/aktuell/2020/corona-muenchen-gute-nachrichten-ticker.html/>, 2020.

imakomm AKADEMIE GmbH
Institut für Marketing und Kommunalentwicklung Baden // Stuttgart

imakomm
AKADEMIE

Kompetenz. Seriosität. Leidenschaft.

ZUKUNFTSFESTE STANDORTE

X



Ab sofort laufend aktualisiert: Infos und Downloads zu:

- ✓ Lösungsansätze für Kommunen,
- ✓ Good-Practice-Beispiele,
- ✓ Kennzahlen zu Standorten

Krise:
Sofortmaßnahmen

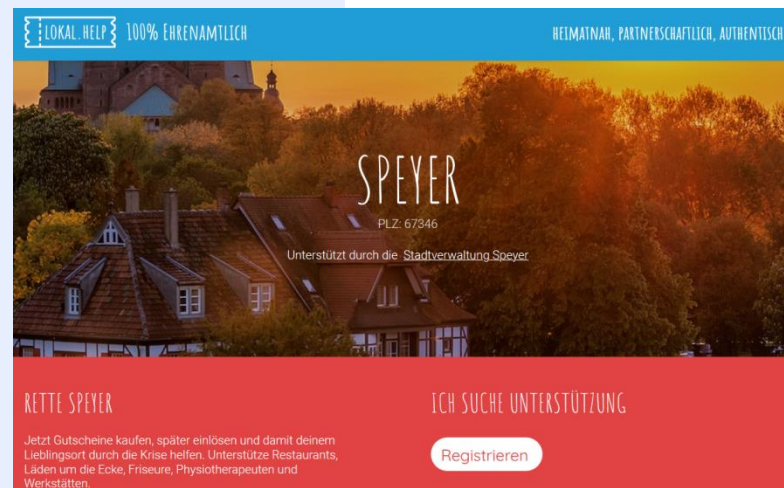
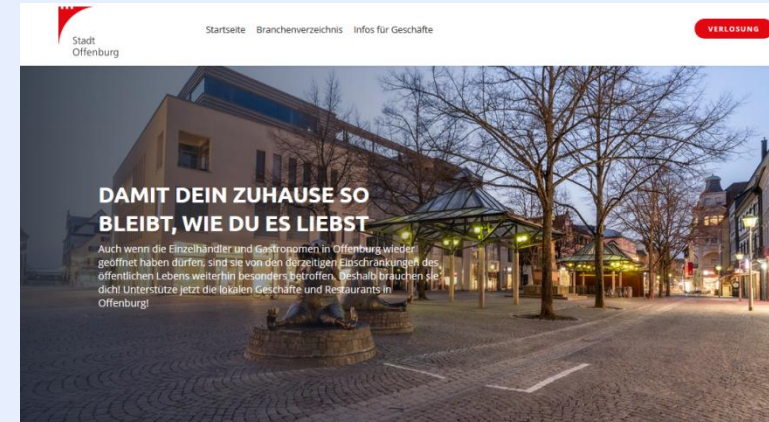
Den Standort wieder hochfahren
und stabilisieren

2. Aktuelle Entwicklungen durch Corona – oder nur dadurch ausgelöst?

„Boom“ lokaler online-Marktplätze und „Hilfsplattformen“



Quellen: <https://www.grossbottwar-hats.de/>, 2020, <https://zuhaus-offenburg.de/>, 2020, <https://lokal.help/speyer/>, 2020.



2. Aktuelle Entwicklungen durch Corona – oder nur dadurch ausgelöst?

„neue“ Kreativität



Quelle: <https://www.mdr.de/brisant/corona-muenchen-restaurant-drive-in-100.html>, abgerufen am 7.4.2020.

2. Aktuelle Entwicklungen durch Corona – oder nur dadurch ausgelöst?

Massiv verstärkte Effekte durch Corona ja – aber vieles keine neuen Themen...



Herausforderungen heute (kleine Auswahl)...

Demografie
weniger? aber älter! bunter!

Innenstadt verliert Funktionen

Komplexität
Mehr Aufgaben bei konstanten Ressourcen

Standortbindung scheint zu schwinden, nachhaltige Beteiligungslust ebenso

Diskussion Erreichbarkeit flammt wieder auf

Neue Instrumente – aber für wen?

Hybrider Kunde

Leerstände
Normale Quote mittlerweile bei 11-12%

Nachfolgeproblematik

Fachmärkte in nicht zentralen Orten

Bestehende „Grüne Wiesen“

HGVs geht die Puste aus

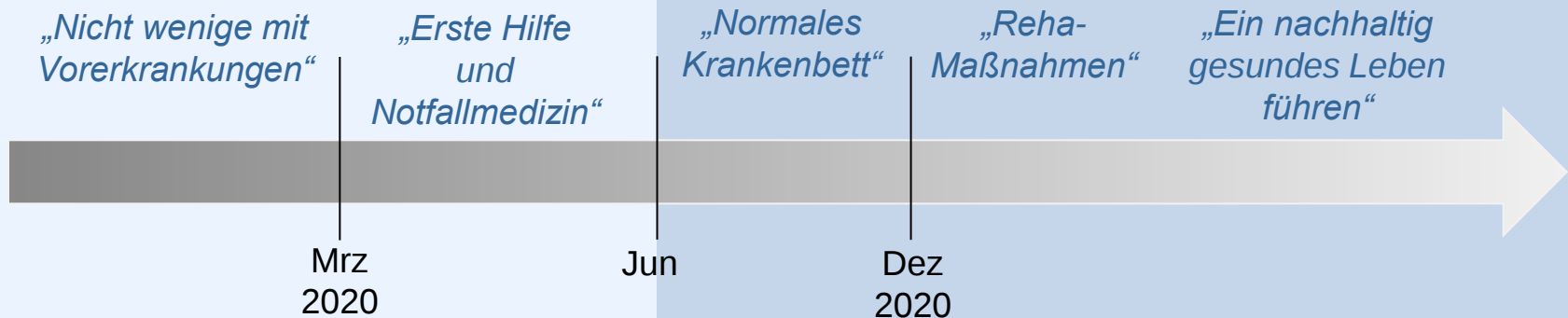
On- & Offline-Welt

3. Welche Maßnahmen sind jetzt notwendig?



Quelle: imakomm, 2019.

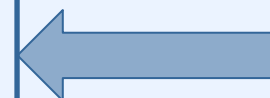
nun sind **schnell helfende**
&
nachhaltige Ansätze notwendig!



3. Welche Maßnahmen sind jetzt notwendig?

$$\text{Umsatz} = \begin{array}{r} \text{Kundenfrequenz} \\ \times \\ \text{Anteil kaufende Kunden} \\ \times \\ \text{Durchschnittsbon} \end{array}$$

**aktuell
&
Corona-unabhängig künftig
großes Thema**

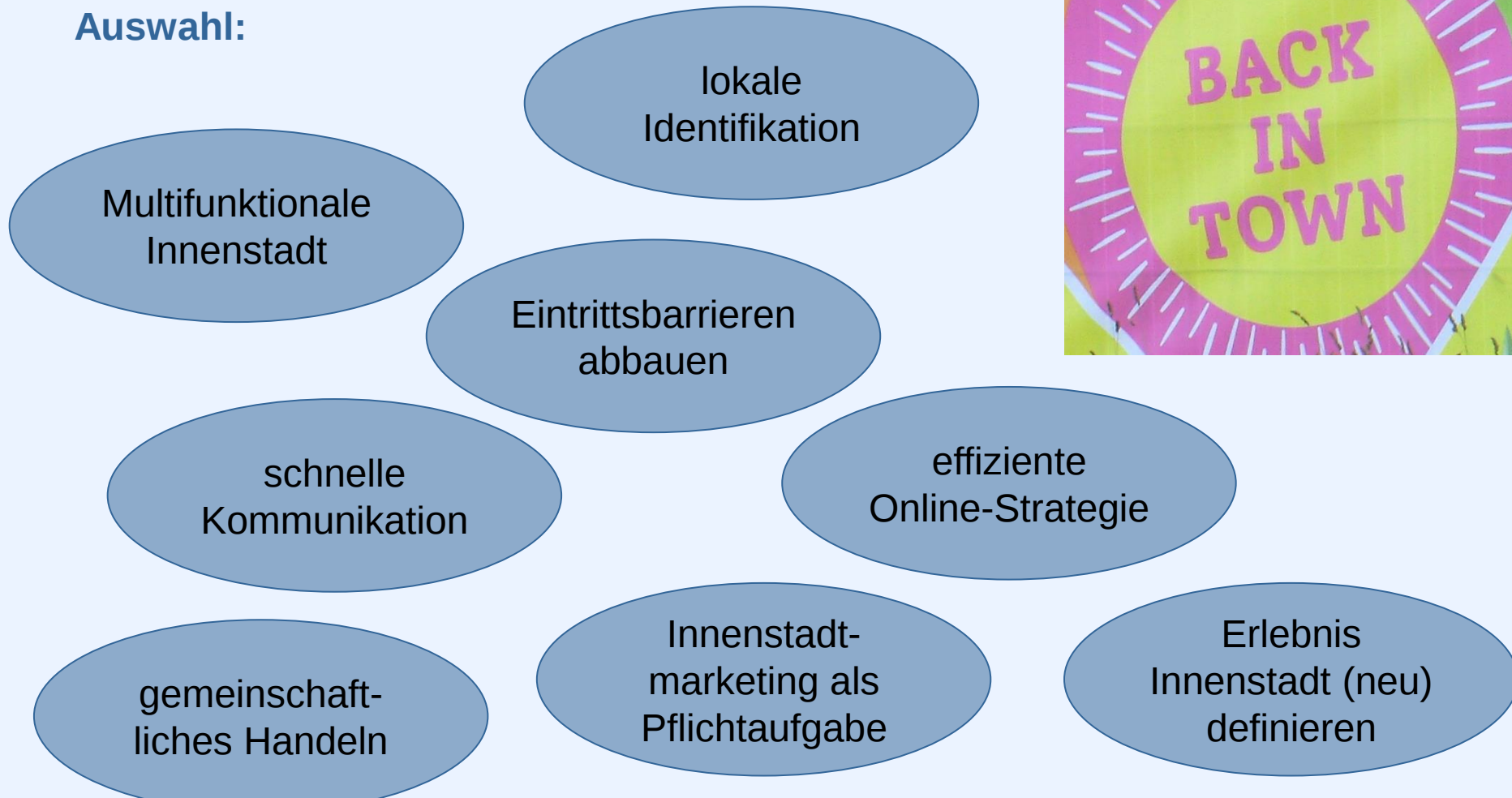


→ eine einzelne Maßnahme wird kaum ausreichen!

→ ein einzelner Betrieb hat eine zu geringe Reichweite!

3. Welche Maßnahmen sind jetzt notwendig?

Auswahl:



3. Welche Maßnahmen sind jetzt notwendig?

Multifunktionale
Innenstadt

>> Nicht Frequenz durch den Handel, sondern Frequenz für den Handel <<

Erste Schritte / Ansätze (kleine Auswahl):

1. Belegungspotenziale statt „Einzelhandelsansatz“ = Kaufkraftquellen suchen (die gibt es!)
2. Innenstadtplanung nach Motiven von Menschen statt dogmatischen Positionen („autofreie Innenstadt“ vs. „FuZo weg“ – beides ist unseriös!)
3. Innenstadtkonzept (mit Einzelhandel) statt „klassischem“ Einzelhandelskonzept
4. Austausch Stadtplanung und Stadtmarketing institutionalisieren
5. ...

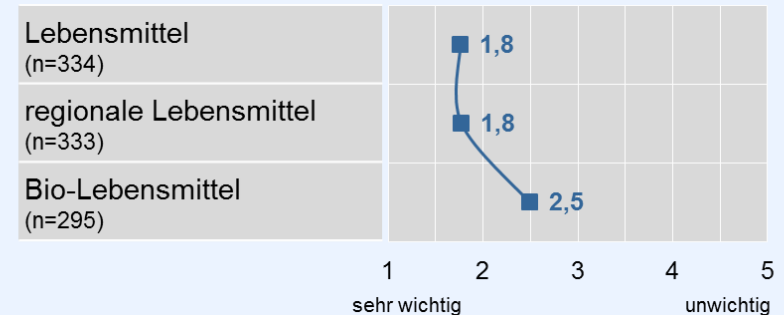
3. Welche Maßnahmen sind jetzt notwendig?

lokale
Identifikation

„Die Kartoffel vom Bauern nebenan ist die neue Avocado.“

Zukunftsinstitut

Auszug: Befragung Nahversorgung in Schechingen, 2020:



- „groß“ und „live“ wird als Anspruch bestehen bleiben
- gleichzeitig rückt aber „lokal verankert und sicher sein“ verstärkt in den Vordergrund

Diese >>lokale Identifikation << muss auch ausgefüllt werden
= Viel stärker nun auf authentische, lokal bezogene Themen setzen.

3. Welche Maßnahmen sind jetzt notwendig?

effiziente
Online-Strategie

Mindestanforderung für jeden Betrieb

1) Seite 1 bei Google	Werde ich überhaupt gefunden?
2) Öffnungszeiten, Adresse online	Wann kann ich besucht werden?
3) Webpräsenz	Was biete ich alles an? Was mach mich besonders?
4) Einzelprodukte als Angebot	Anreiz für Besuch schaffen!
5) Produktpalette = digitales Schaufenster	
6) Produktreservierung	Zusatzservice I
7) Produktbestellung (inkl. Zustellung)	Zusatzservice II
8) Teilnahme an einem Online-Marktplatz	Zusatzservice II + Vermarktungsinstrument
9) Online-Shop	2. Standbein

... Google MyBusiness-Eintrag

... Zusatzservice!



3. Welche Maßnahmen sind jetzt notwendig?

Eintrittsbarrieren
abbauen

Zentrale Frage: „Warum gerade in mein Geschäft?“

12 Gründe warum nicht in mein Geschäft:

kein ebenerdiger
Zugang

unattraktives
Schaufenster

fehlendes Wissen,
dass Produkt
vorhanden ist

unzureichende
Beratung

Mängel an der
Fassade =
„Betriebsqualität?“

Unzureichende
Beleuchtung

Mittagspause

mangelhafte
Freundlichkeit

zu enge Gänge

Rollladen versperrt
Sicht auf Produkte

mangelnde
Bekanntheit

Gefühl des
„Kaufzwangs“

**bauliche
Voraussetzungen**

Warenpräsentation

Erreichbarkeit

Service

Zentrale Frage: „Warum gerade in mein Geschäft?“

**bauliche
Voraussetzungen**

Warenpräsentation

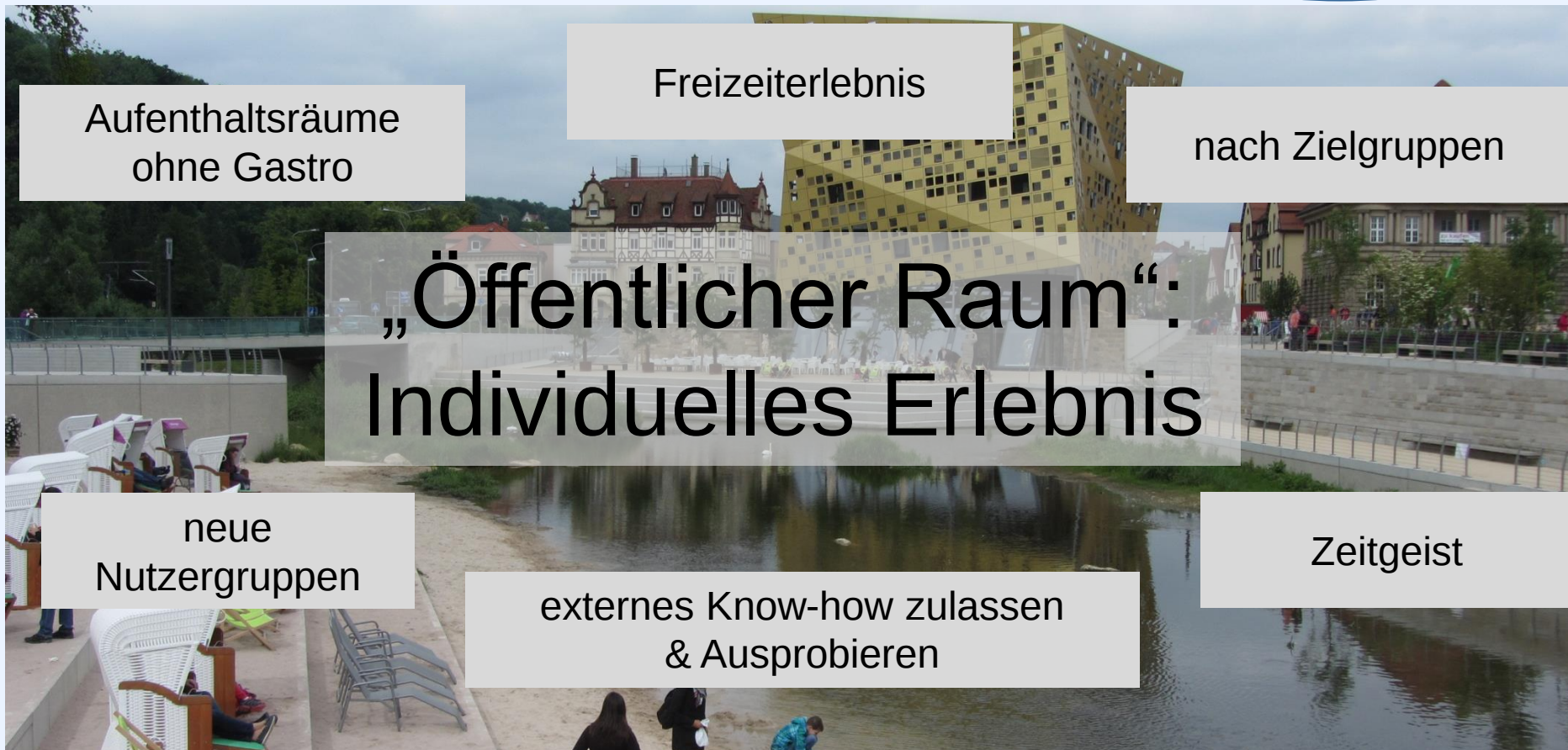
Erreichbarkeit

Service

Alleinstellungsmerkmale herausarbeiten & vermarkten!

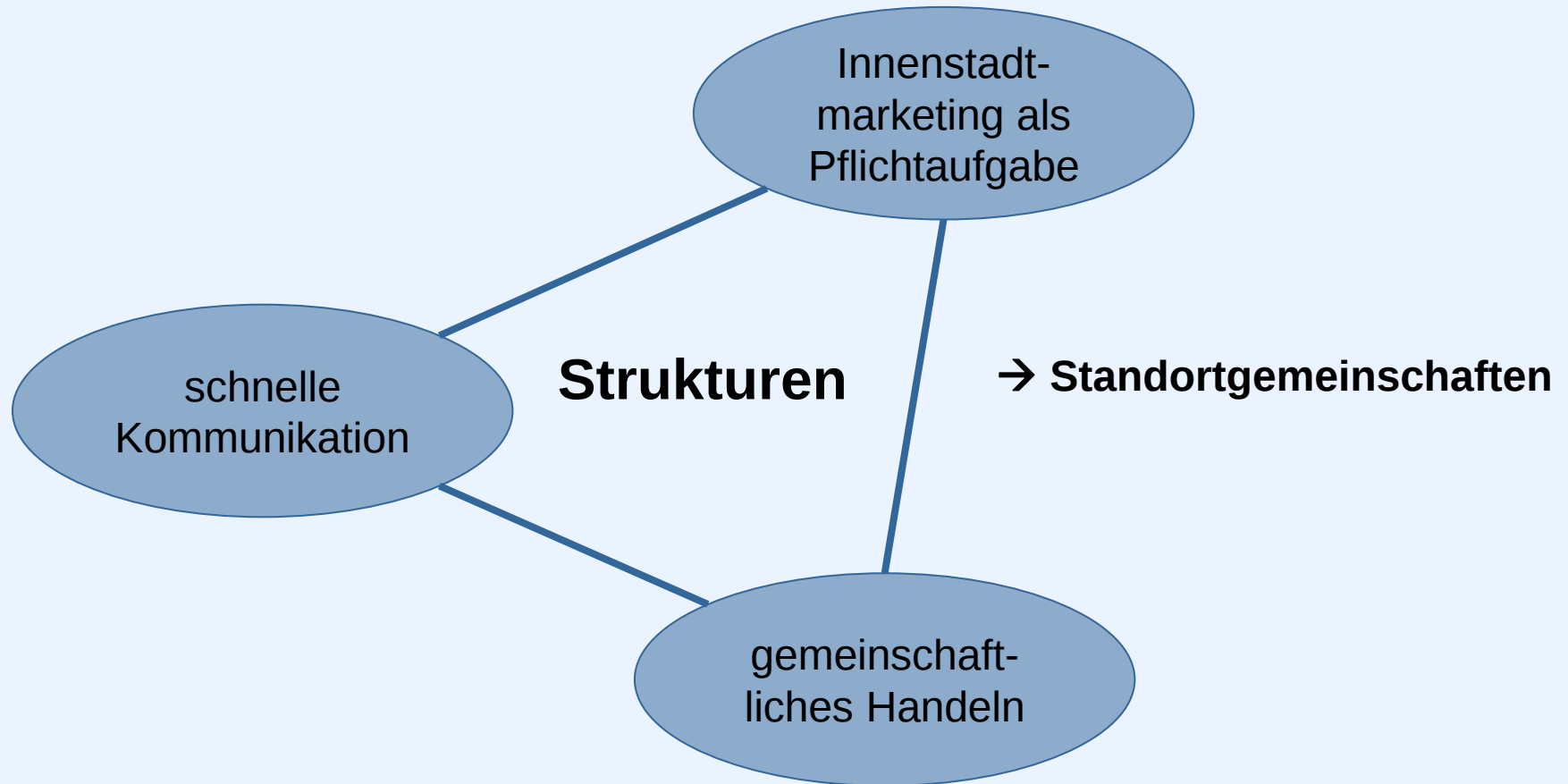
3. Welche Maßnahmen sind jetzt notwendig?

Erlebnis
Innenstadt (neu)
definieren



Quelle: Bild: imakomm AKADEMIE // Aussagen: Subjektive Einschätzungen imakomm AKADEMIE, pointiert.

3. Welche Maßnahmen sind jetzt notwendig?



4. Was heißt das für Standortgemeinschaften?

Erste Ansätze (kleine Auswahl):

>> Endlich die alten Probleme in den Griff bekommen <<

1. Anreizsysteme aufbauen: Profitieren sollen künftig nur Aktive!
2. „Split-Modell“ angehen, Budgets anders verteilen (fokussieren)
3. ...

4. Was heißt das für Standortgemeinschaften?

weitere Ansätze (kleine Auswahl):

>> Das hat sich bewährt ist ein gefährlicher Satz!<<

1. Neue Ansätze mit neuen Methoden: Wieso soll im X. Arbeitskreis bei gleichen Personen und Schema F etwas neues entstehen?
2. Strukturen und Maßnahmen „dauerhaft / auswechselbar“ anlegen
3. ...

Multifunktional

Umkehr:
Frequenz für Handel

Handel: Neue
(Vertriebs)Formen

Strukturen
anpassen

Wurzeln, Vielfalt,
sinnvolle Vermischung

Neue
Methoden

Wurzeln = Story

Verschmelzen On-/
offline, bewusst aber
auch Offline-Räume

...

ZUKUNFTSFESTE STANDORTE



Ab sofort laufend aktualisiert: Infos und Downloads zu:

- ✓ Lösungsansätze für Kommunen,
- ✓ Good-Practice-Beispiele,
- ✓ Kennzahlen zu Standorten

Krise:
Sofortmaßnahmen

Den Standort wieder hochfahren
und stabilisieren

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Mai 2020

- 20. Mai 2020 | Für LANDKREISE und REGIONEN: Der Ansatz "Die Innenstädte stabilisieren. Ein landkreisweiter / regionaler Fahrplan" - [Download \(pdf\)](#)
- 18. Mai 2020 | Für KOMMUNEN: Der Ansatz "Den Standort wieder hochfahren" - Basis für Projekte in den Städten Ettlingen, Forchheim usw. - [Download Folien \(pdf\)](#)
- 18. Mai 2020 | Interessanter Artikel zum Pandemieplan der Stadt Dortmund: "So klappt ein Pandemieplan", dazu auch der eigentliche Plan als pdf-Download - [Link zu "KOMMUNAL"](#) | [zum Plan \(pdf\)](#)
- 14. Mai 2020 | Projektbeispiel: "Mit Digitalisierung aus der Coronakrise" | Presseartikel der Kreiszeitung Böblinger Bote - [Download Presseartikel](#)
- 13. Mai 2020 | Interessante Daten: Blitzumfrage des DifU im Auftrag der KfV-Bankengruppe bei 200 Kommunen (Kämmerereien) | ein Ergebnis: 91 % der Kommunen gehen davon aus, dass mittel- bis langfristig die Digitalisierung der Verwaltung einen Schub erfahren wird, 56 % rechnen zudem mit steigender finanzieller Unterstützung für Investitionen durch Bund und Länder - [Link zum difU bzw. den Befragungsergebnissen](#)
- 12. Mai 2020 | Aktionsplan Innenstadt der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg | Die IHK stellt in diesem Papier zehn interessante Handlungsansätze für die Stabilisierung von Innenstädten für 2020 vor - [Download Aktionsplan \(pdf\)](#)
- 12. Mai 2020 | Interessante Daten: Blitzumfrage der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg | rund 320 Unternehmen beteiligt | u.a.: 42 % der regionalen Unternehmen gehen davon aus, noch in 2020 zur Normalität zurückzukehren - [Download Ergebnisse der Blitzumfrage \(pdf\)](#)
- 05. Mai 2020 | Befragung zu "Kommunale Steuerung in Corona-Zeiten" | Online-Plattform freigeschaltet bis 22. Mai 2020 - [Zur Befragungs-Plattform](#)

April 2020

imakomm AKADEMIE GmbH



imakomm AKADEMIE GmbH
www.imakomm-akademie.de
www.xing.com/companies/imakommakademie
www.facebook.com/imakommakademie
www.linkedin.com/company/imakomm-akademie-gmbh

Büro Aalen: Ulmer Str. 130 | 73431 Aalen
Büro Stuttgart: Epplestr. 5A | 70597 Stuttgart
Postadresse: Ulmer Str. 130 | 73431 Aalen

imakomm AKADEMIE: Mitgliedschaften u.a.:
vhw | Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e.V.
urbanicom | Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel e.V.
bcsd | Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.

Rechtliche Hinweise

Die vorliegenden Unterlagen sind Teil einer mündlichen Präsentation und nur im Gesamtzusammenhang vollständig.

Die vorliegenden Unterlagen fallen unter die §§ 2 Abs. 2, 31 Abs. 2 UrhG und das europäische Recht.

Die Vervielfältigung, Weitergabe oder Veröffentlichung als Platzhalter oder zu Layoutzwecken verwendeter Fotos oder Abbildungen, für die keine Rechte vorliegen, können Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Die Weitergabe, Vervielfältigung, Speicherung oder Nutzung sowohl im Ganzen als auch in Teilen bedeutet die Übernahme des vollen Haftungsrisikos gegenüber den Rechteinhabern, die Freistellung der imakomm AKADEMIE GmbH von allen Ansprüchen Dritter und das Tragen der Kosten einer eventuellen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die imakomm AKADEMIE GmbH.

Es ist nicht gestattet, die vorliegenden Unterlagen im Ganzen oder in Teilen in Dokumentationen oder Protokollen widerzugeben. Am geistigen Eigentum der imakomm AKADEMIE GmbH und ihrer Mitarbeiter werden durch Veranstalter keinerlei Rechte erworben.

Medienhinweis:

Aus den vorliegenden Unterlagen darf nicht zitiert werden. Bitte wenden Sie sich für eine Freigabe von Zitaten an die imakomm AKADEMIE GmbH, Telefon 0 73 61 / 5 28 29 0, info@imakomm-akademie.de